

**Ecole Des Hautes Etudes Commerciales
d'Alger**

EHEC

**Mémoire de fin de cycle pour l'obtention du diplôme de master
Science Commerciales**

Option : Management des Ressources Humines

THEME :

LE SYSTEME D'INFORMATION DES RESSOURCES
HUMAINES EN TANT QUE FACTEUR D'AMELIORATION DE
LA COMMUNICATION INTERNE DANS L'ENTREPRISE

ETUDE DE CAS : ALGERIE TELECOM

Préparer par :

TIR Hadjer

Encadrer par :

KERKOUB Azzedine

2^{ème} Promotion

2014/2015

Résumé

Etant donné que l'entreprise active dans un environnement qui se caractérise de changement permanent spécialement dans le domaine de la technologie, pour ceci il doit s'adapter aux changements. Vu que ses clients internes sont des facteurs clés de réussite de la stratégie de l'entreprise, qui permet à l'entreprise de créer un avantage concurrentielle, c'est pour cela qui a recourt à un système information qui lui permet une aide. Le système d'information des ressources humaine permet d'assembler les données et d'analyser leurs renseignements et suivre ainsi leur cursus, ceci permet aussi de faire passer les informations entre les personnels de l'entreprise d'une manière efficaces.

Ce travail de recherche vient pour démontrer que le système d'information de ressource humaine est un facteur essentiel qui permet d'améliorer la communication interne dans l'entreprise.

Mots clés : Le système d'information des ressources Humaines (SIRH), Le Système d'Information(SI), Communication Interne (CI).

المخلص

باعتبار أن المؤسسة تنشط في محيط يتصف بالتغيير المستمر خاصة في المجال التكنولوجي فإنها ملزمة على مواكبة هذا التغيير و إلا أصبح مصيرها الزوال.

وباعتبار أن العاملين بما يملكونه من مهارات و معارف هو السلاح الاستراتيجي الذي يمكن للمؤسسة من خلق الميزة التنافسية فإنها لجأت إلى تصميم نظام معلومات يساعدها على التسيير الفعال لهم

يقوم نظام المعلومات الموارد البشرية بجمع البيانات المتعلقة بهم ومعالجتها و إنتاج معلومات دقيقة تساعد إدارة الموارد البشرية على متابعة حركة العاملين و كل ما يتعلق بهم داخليا و تسهيل عملية الاتصال الداخلي فيما بينهم.

إن الدور الهام الذي يلعبه الاتصال الداخلي في تسيير المؤسسات دفع بالعديد من الباحثين للتركيز على هذا العامل نظرا لدوره الكبير في تفصيل إستراتيجية المؤسسات، وبصفته عنصرا لا يمكن الاستغناء عنه ومن خلال هذه الدراسة حاولنا معرفة دور ومدى مساهمة نظام المعلومات الموارد البشرية في تحسين الاتصال الداخلي.

الكلمات الدالة نظام: المعلومات نظام, المعلومات الموارد البشرية, الاتصال الداخلي .

Dédicace

Je dédie ce modeste travail

À mes très chers parents à qui je dois ce que je suis aujourd'hui

À mes chères sœurs Merieme, et Thoubéila

À mon cher petit frère Mohamed

À ma meilleure amie et ma sœur intime Marwa

À ma voisine Lineb

À toutes mes amies et mes collègues

Une spéciale dédicace à ma nièce et neveu : Achraf et Malak

À tous ceux qui me sont chers



Remerciement

Mes remerciements s'adressent en premier lieu à monsieur **KERKOUB Azzedine** mon encadreur, qui ma aidé à progresser dans notre réflexion grâce à ces conseils, son esprit critique et son soutien tout au long de la réalisation de cette recherche.

Je remercie également les dirigeants de l'entreprise, **Mme.ZAATER Fadwa, Mr.HAMOUDI Hamza**, qui ont manifesté un intérêt considérable pour la présente recherche et qui n'ont ménagé aucun effort pour répondre à mes interrogations.

Je remercie également, **FatimZouhra, Khaled**, pour leur aide efficace, les enseignants de l'école des Hautes Etudes Commerciales (EHEC), les membres de jury, tout le personnel d'ALGERIE TELECOM, les bibliothécaires de l'EHECet de L'ESB pour leur aide considérable en matière de documentation.

En fin je remercie tous ceux qui ont contribué de prés ou de lion à la réalisation de ce travail.



Liste des figures

N°	Titre	N° Page
01	Les fonctions de SI.	08
02	Les quatre principaux types de SI.	12
03	Le système d'information fonctionnel.	14
04	Les fonctionnalités de SIRH.	22
05	Les processus de la communication.	35
06	L'organigramme d'Algérie Télécom « DOT Mila »	58
07	La répartition de l'échantillon par sexe.	66
08	La répartition de l'échantillon par tranche d'âge.	67
09	La répartition de l'échantillon par catégorie socioprofessionnelle.	68
10	La répartition de l'échantillon par niveau d'ancienneté.	69
11	La connaissance du terme SIRH.	70
12	Les fonctionnalités de SIRH.	71
13	Les types de SIRH.	72
14	La qualité de SIRH.	74
15	L'utilité de l'intranet	75
16	L'apport de l'internet dans la diffusion de l'information	76
17	Améliorer l'efficacité du service RH	77
18	Améliorer la communication entre les RH.	78
19	Réduction des nombre des documents papiers.	78
20	Permettre de chaque employé d'accéder à sa fiche du personnel.	79
21	Les types de Communication Interne.	80
22	Les moyens de CI les plus utilisés.	81
23	La circulation de l'information.	82
24	La qualité d'information.	83
25	les obstacles de communication interne.	84
26	L'amélioration de CI à travers l'informatisation des ressources humaines.	85

Liste des tableaux

N°	Titre	N° Page
01	Les différentes formes du processus de systèmes d'information.	09
02	Les finalités stratégiques de la GRH d'après « BLANCHOT et WACHEUX ».	28
03	La répartition de l'échantillon par sexe.	66
04	La répartition de l'échantillon par tranche d'âge.	67
05	La répartition de l'échantillon par catégorie socioprofessionnelle.	68
06	La répartition de l'échantillon par niveau d'ancienneté.	69
07	La connaissance du terme SIRH.	70
08	Les fonctionnalités de SIRH.	71
09	Les types de SIRH.	72
10	La qualité de SIRH.	74
11	L'utilité de l'intranet.	75
12	L'apport de l'internet dans AT.	76
13	L'importance de SIRH.	77
14	Le type de Communication Interne.	80
15	Les moyens de CI les plus utilisés.	81
16	La circulation de l'information.	82
17	La qualité de l'information.	83
18	Les obstacles de communication interne.	84
19	L'amélioration de CI à travers l'informatisation des ressources humaines.	85

Sommaire

Introduction générale.....	01
Chapitre01 : le système d'information des ressources humaines.....	05
Section 01 : les notions de base de système d'information(SI).....	05
1- Les concepts de base de système d'information.....	05
2- Les fonctions de Système d'information.....	07
3- Les types de Système d'information.....	10
Section 02 : le système d'information de ressources humaines comme un système d'information fonctionnel.....	14
1- le contexte d'évolution de SIRH.....	14
2- les définitions et les caractéristiques du SIRH.....	16
3- les types de SIRH.....	20
Section 03 : les fonctionnements de SIRH.....	22
1- les fonctionnalités de SIRH.....	22
2- Les enjeux de SIRH.....	26
3- L'apport et les objectifs de SIRH.....	27
Chapitre02 : la communication interne de l'entreprise.....	31
Section 01 : la communication globale de l'entreprise.....	31
1- La définition et les caractéristiques de la communication	31
2- Les processus de la communication.....	33
3- Les types de communication au sein de l'entreprise.....	36
Section 02 : la CI de l'entreprise un domaine de plus en plus stratégique pour l'entreprise.....	37
1- Généralité sur la communication interne.....	37
2- Les types de communication interne.....	37
3- Les moyens de communication interne.....	38
Les moyens de communicationSection 03 : l'amélioration de la communication interne à travers le SIRH.....	46
1- La communication interne et l'information dans l'entreprise.....	46
2- La stratégie de communication interne.....	48

3- L'amélioration de communication interne.....	52
---	----

Chapitre 03 : analyse de SIRH en tant que facteur d'amélioration de la CI /cas Algérie Télécom.....55

Section 01 : présentation de l'entreprise Algérie Télécom.....55

1- Historique.....	55
2- Les missions et les objectifs d'Algérie Télécom.....	56
3- L'organisation d'Algérie Télécom.....	56

Section 02 : la démarche d'enquête.....67

1- Présentation de l'enquêté.....	60
2- Le questionnaire.....	60
3- L'échantillonnage.....	61

Section 03 : l'analyse des données et les résultats.....62

1- Identification des enquêtés.....	62
2- Analyse globale des résultats.....	8
3- Les recommandations.....	87

Conclusions générale.....	90
---------------------------	----

Bibliographie

Annexes

Table des matières

Introduction Générale

Introduction générale :

Aujourd'hui, l'ensemble des entreprises, et ce quelles que soient leurs tailles, sont dans une situation où la concurrence est de plus en plus importante, les entreprises ont dû mettre en place de nouvelles stratégies pour pouvoir rester rentables tout en gardant un avantage concurrentiel. Pour cela, elles se voient dans les obligations de considérer des solutions de plus en plus compliquées afin d'accroître leur potentiel de compétitivité et s'adapter à un environnement en perpétuelle évolution.

C'est à ce moment que le rôle du service des ressources humaines va devenir de plus en plus stratégique. En effet, l'entreprise a besoin d'avoir une organisation plus flexible.

Tous les domaines d'activité RH sont susceptibles de bénéficier d'un SIRH qui concilie avancées techniques et maturité de la fonction RH, le potentiel des technologies de l'information et de la communication (TIC) est considérable et les SIRH évoluent et évolueront de façon tout aussi considérable, les DRH ont besoin de mieux connaître les apports potentiels de leur SIRH dans le contexte actuel.

Bien qu'il constitue une discipline nouvellement introduite en Algérie, le SIRH est consacré à un avenir promoteur, étant donné que la plupart des grands groupes se voient dans l'obligation de se doter de cet outil à la fois stratégique et performant.

Le groupe Algérie Télécom et l'une des entreprises affectées par la mutation technologique en raison de son activité incontournable au niveau de territoire national, de son effectif important des ressources humaines et de sa structure par filiale (Mobilis, Djawab...). Afin de cadrer notre étude, nous nous sommes focalisés sur la direction opérationnelle des télécommunications, Algérie Télécom a constaté la nécessité de mettre en place un SIRH, en particulier un Progiciel de Gestion Intégré (PGI) pour la gestion de ses pratiques de GRH, et assurer la bonne circulation de l'information en matière de RH.

La mise en place de SIRH dans l'entreprise ne se limite pas à l'implantation d'un outil mais à une révision complète du mode de fonctionnement de l'entreprise, de sa culture et de ses valeurs, en cela, les services de communication ont un rôle prépondérant à tenir de l'accompagnement des salariés pour s'approprier le SIRH.

En effet, la communication interne consiste, de moins en moins, à diffuser une information globale et unifiée au sein de l'entreprise, il s'agit davantage de réguler des flux d'informations, multiples et autonomes.

C'est dans cette perspective que nous avons élaboré notre travail de recherche ayant pour thème :

Le Système d'Information des Ressources Humaines en tant que facteur d'amélioration de la communication interne de l'entreprise.

L'objectif de notre travail porte sur la détermination des atouts que le SIRH attribue aux activités GRH de l'entreprise Algérie Télécom, principalement son apport sur la communication interne.

Dès lors la problématique qui se pose elle celle de savoir :

Comment le Système d'Information des Ressources Humaines contribue t-il à la communication interne dans l'entreprise ?

Avant de répondre à cette question essentielle, nous distinguons un certain nombre de questions afin de mieux situer notre thème de recherche.

- Quel est le rôle du SIRH et son apport au management des ressources humaines de l'entreprise ?
- Quels sont les outils de la communication interne qui peuvent renforcer les relations humaines au sein de l'entreprise?
- Quel est l'impact du Système d'Information des Ressources Humaines sur la communication interne au sien de l'entreprise « Algérie Télécom »?

Afin de pouvoir répondre à ces questions, et à la problématique posée, nous avons formulées hypothèses suivantes :

- Le SIRH est une opportunité pour améliorer la cohésion entre les services de la GRH (gestion de carrière, et gestion de mobilité, gestion des talents, formation, la paie...)
- Les outils de la communication interne informatisés peuvent renforcer les relations humaines au sein de l'entreprise.
- Le SIRH mise en place au sein d'Algérie Télécom a un impact important sur l'amélioration de la communication interne.

Pour répondre à nos questions et évaluer nos hypothèses, nous avons opté pour la démarche méthodologique suivante :

Faire une étude descriptive Analytique, basée sur une recherche bibliographique et une enquête sur les lieux(Questionnaire), ainsi nous avons structuré notre travail en trois chapitre :

- Le premier chapitre porte tout d'abord sur le Système d'information en général (définitions, caractéristiques, les types...etc.), puis passera au fond du sujet en définissant ce que c'est que le Système d'Information des Ressources Humaines, ses caractéristiques, ses types et ses objectifs...etc.
- Le deuxième chapitre est consacré à la communication interne, Dans ce cadre nous allons aborder les définitions et concepts globale sur la communication, puis passer dans les définitions de communication interne et ses moyens et les objectifs, et en fin les obstacles auxquels elle confrontée.
- Le troisième chapitre s'entame par une présentation générale d'Algérie Télécom et de la structure d'accueil qui est la direction de ressources humaines, puis nous exposerons les résultats de l'enquête menée auprès du personnel de DRH et la cellule de SI, l'analyse de ces dernières et enfin les recommandations.

Premier chapitre

Dans l'ensemble, la fonction ressources humaines comprend toujours une part importante de tâches administratives dans les organisations. La plupart de celles-ci ont, à un niveau plus ou moins important, intégré les opérations d'établissements des rémunérations, le temps de présence des travailleurs, des évaluations ou encore du recrutement et des évolutions de carrière.

Une gestion efficace du capital humaine est devenue une opération nécessaire et complexe pour les professionnels des ressources humaines. Leur fonction consiste en premier à collecter des données pour chaque travailleur, concernant son histoire et caractéristiques personnelles, ses compétences et capacités, jusqu'à des données plus accessibles telles ses rémunérations et ses prestations effectuées pour l'entreprise. La quantification de ces données et la systématisation de leur traitement complexe ont permis leur prise en charge par des systèmes automatisés au fur et à mesure de la progression technologique, en réduisant d'autant les opérations de saisies dans des systèmes multiples, coûteuses et sources d'erreurs.

Nous allons traiter dans la première section les notions de bases de système d'information, ensuite, dans la deuxième section nous aborderons le SIRH comme un système fonctionnel, quant à la dernière section, elle sera réservée aux fonctionnements et l'apport de SIRH.

Section 01 : Les notions de base de système d'information.

Au cours de ce section nous allons nous intéresser d'abord aux concepts des bases des SI en évoquant revue de littérature de SI, les ressources, les fonctions, et les types de celle-ci

1- Les concepts de base du système d'information :

1-1 Définition d'un Système d'Information:

Différentes définitions sont attribuées au système d'information, nous en retenons celles des autres :

- HUGES ANGOT, définit le SI d'une entreprise comme « *un réseaux complexe de relations structurées où interviennent des hommes, des machines, et des procédures, qui a pour objet d'engendrer des flux ordonnés d'informations pertinentes, provenant des sources internes et externes à l'entreprise et destinées à servir de base aux décisions* »¹
- LAUDON(K) et LAUDON(J) « *un système d'information est un ensemble de composantes interreliées qui, recueillent de l'information, la traitent, la stockent et la diffusent afin d'aider à la prise de décision, à la coordination et au contrôle au sein de l'organisation* »².
- Selon ROBERT (R) un SI est « *un ensemble organisé de ressources : matériel, logiciel, personnel, données, procédures, permettant d'acquérir, de traiter, stocker, communiquer des informations (sous forme de données, textes, images, sons, etc.) dans des organisations* »³.

On peut résumer que le système d'information est un système organisé de ressources, des personnes et de structures qui évoluent dans une organisation et dont le comportement coordonné vise à atteindre un but commun.

1-2 Les ressources de Système d'Information :

¹ ANGOT (H.) : *Le système d'information de l'entreprise* : analyse théorique des flux d'information et cas pratique, 4^{ème} édition Boeck, Bruxelles, 2002, P. 20.

² LANDOU (K.) et LANDOU (J.) : *Les systèmes d'information de gestion : Organisations et réseaux stratégiques*, édition Pearson Education, Paris, 2000, P. 8.

³ REIX(R) : *Système d'information et management des organisations*, 3^{ème} édition Vuibert, paris, 2000, P.20.

Le système d'information regroupe cinq (5) grandes ressources¹ :

1-2-1 Les personnes : incluant notamment :

- **Les utilisateurs (clients) :** sont les personnes qui utilisent le SI ou l'information produite par celle-ci.
- **Les spécialistes informatiques :** ils représentent l'analyse fonctionnel, les programmeurs, les opérateurs sur ordinateurs et certains cadres, techniciens et employés de bureaux. Ils sont chargés de la conception et de l'exploitation de SI.

1-2-2 Les matériels : il désigne tous les appareils et les matériels physiques servant au traitement des données et englobant par définition :

- **Les systèmes informatiques :** qui consistent en des unités centrales de traitement et des appareils périphériques interconnecté, par exemple : le micro-ordinateur, les grands ordinateurs centraux.
- **Les périphériques informatiques :** englobent des appareils comme le clavier, la souris, qui servent à saisir des données et des commandes, les écrans de visualisation ou l'importance pour l'affichage de l'information.

1-2-3 Les logiciels : comportent d'une part les instructions préprogrammées et détaillées qui commandent et coordonnent les composantes du matériel informatique à l'aide des instructions d'exploitation appelées programme, en servant d'autres par des traitements des données par les procédures, On peut citer comme exemples les ressources logicielles suivantes :

- **Le logiciel de base (d'exploitation) :**

Constitue d'un système d'exploitation, des programmes des traductions de langage et des logiciels d'utilitaires qui coordonnent les différentes parties de l'ordinateur et servent à l'intermédiation entre le logiciel d'application et le matériel.

¹ MANSOUR ASMAA, *Le système d'information des ressources humaines comme outil d'aide à la prise de décision de recrutement*, Mémoire de fin de cycle pour l'obtention du diplôme de Magistère en science commerciale, Ecole des Hautes Etudes Commerciale Hec Alger, 2012.

➤ **Le logiciel d'application :**

C'est un programme utilisé par les clients interne (utilisateurs) pour le traitement des données : un programme de gestion des salaires, de traitement de texte.

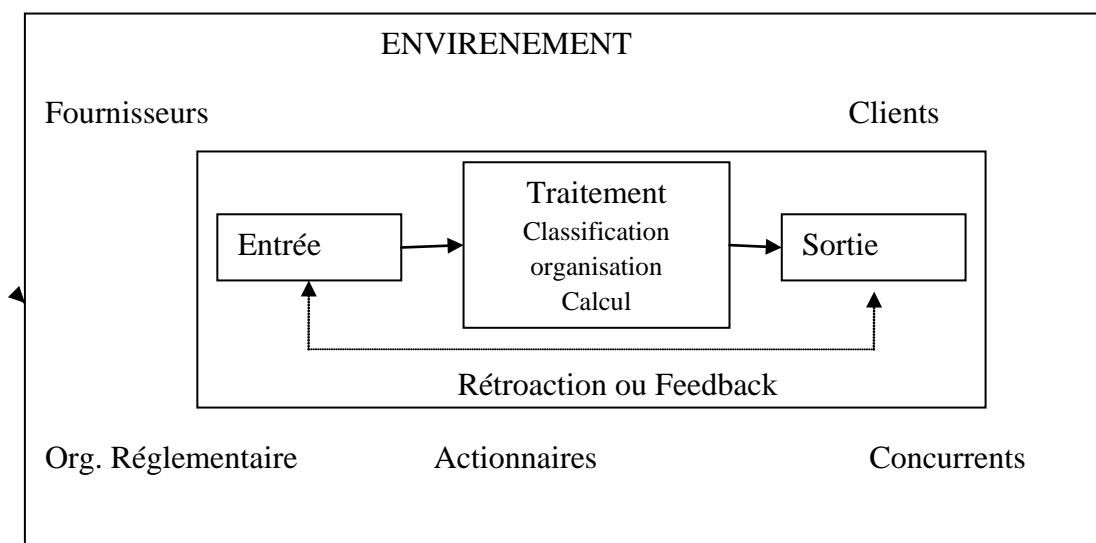
➤ **Les procédures :**

C'est des instructions d'exploitation destinées aux utilisateurs d'un SI, tels que : des instructions permettant de remplir un formulaire, procédures de correction des erreurs, de distribution des salaires.

1- Les fonctions du Système d'Information:

Dans SI, cinq (5) fonctions produisent l'information dont l'organisation a besoin pour prendre des décisions, contrôler les activités d'exploitation, analyser des problèmes et créer des nouveaux produits et services. Comme montre le schéma suivant:

Figure n°01 : Les fonctions de SI.



Source : LAUDON (K.). LAUDON (J.), Op.cit, P. 15.

2-1 L'entrée des données :

C'est le processus au cours duquel les données brutes sont fournies au système en provenance de l'organisation ou de son environnement. Ce processus peut prendre des formes différenciées :

Tableau n°01 : Les différentes formes du processus de systèmes d'information

Type d'information collectée	Exemples
Ecrite	-Bon de commande -Signature d'un ticket d'enregistrement d'une carte de crédit
Orale	-Enquête sur le terrain -Coup de téléphone vers un centre d'appels
Directe	-Saisie directe des horaires lors de la recherche d'un billet d'avion -Mise à jour d'une carte vitale
Mixte	-Systèmes à reconnaissance vocale Ecrans tactiles

Source : ²VIDAL(P), PLANEIX(PH) : *Systèmes d'informations organisationnels*, édition Pearson Education, Paris, 2005, page 35.

L'enregistrement des informations dans la mémoire de l'ordinateur nécessite la codification des données afin de mieux organiser l'appareil du traitement électronique de l'information.

2-2 Le traitement des données

Le traitement est le processus qui transforme les données brutes pour leur donner un sens. est une tâche qui recouvre de multiples facettes : calcul, comparaison, transformation, etc.

Ces activités ont pour but de structurer, d'analyser et manipuler les données de façon à les transformer en information pour les utilisateurs. En outre, la qualité de n'importe quelle donnée stockée dans un SI doit être maintenue par un processus continu de correction et d'actualisation.

Il existe trois(03) types principaux de traitement :

- ✓ **Les traitements de gestion générale:** paie, comptabilité.....
- ✓ **Les traitements classiques :** statistiques, recherche opérationnelle.....
- ✓ **Les traitements finalités à objet précis :** traitements spécifiques demandés par les décideurs.

2-3 La sortie des produits d'information :

La sortie des produits d'information est le processus de diffusion de l'information traitée aux utilisateurs qui en ont besoin de mener à bien les activités auxquelles elle destine. Parmi les produits informatifs les plus courants, on trouve les messages, les rapports, les formulaires et

les images graphiques présentés sur des écrans de visualisation, des répondeurs vocaux et papier.

2-4 La rétroaction des données :

Un système d'information se fonde sur la rétroaction ou le feedback, c'est-à-dire sur le processus de transmission des informations sortie aux utilisateurs appropriées pour les aider à évaluer l'étape antérieure.

2-5 L'Intermédiation des données :

L'intermédiation des données est le principe par lequel les participants à un processus de décision utilisent une représentation modélisée commune, qualifiée d'objet intermédiaire, qui leur permet de construire leurs points de vue, de les conforter afin de prendre la décision.

3-Les types de système d'information :

L'organisation se présente sous divers niveaux (stratégie, management, opérations), puis selon des catégories fonctionnelles (ventes et marketing, fabrication, finances, comptabilité, ressources humaines). Aucun système n'est en mesure de fournir à lui tout seul la totalité des informations dont en besoin l'organisation. Il existe donc plusieurs types de systèmes d'information.

3.1 Les différents niveaux des systèmes d'informations selon les niveaux organisationnels :

Trois (03) niveaux de systèmes d'information constituent les différents niveaux de l'organisation¹

- ✓ les systèmes d'aide aux opérations
- ✓ les systèmes d'aide au management
- ✓ les systèmes d'aide à la stratégie

3-1-1 Les systèmes opérationnels : aident les équipes et structures opérationnelles à assumer le fonctionnement des activités et des transactions élémentaires répétitives de l'organisation (commandes, ventes, paie, écritures comptables,...etc.). Leur objectif est de supporter les activités routinières et suivre les flux des transactions dans l'organisation.

¹ Deyrieux André, « *Le système d'information : Nouvel outils de stratégie, Direction d'entreprise et Direction du système d'information* », édition Maxima, Paris, 2004.

3-1-2 Les systèmes du management opérationnel : sont conçus pour les cadres responsables des activités dans leurs missions de coordination et de pilotage réactifs. Ces systèmes du management opérationnel fournissent des indicateurs déterminés, des rapports périodiques plutôt que de l'information détaillée sur les opérations courantes. Certains systèmes du management opérationnel aident à préparer des décisions moins routinières, pour lesquelles les besoins d'information ne sont pas toujours clairs.

3-1-3 Les systèmes d'information stratégiques : également appelés les systèmes au niveau de la stratégie. ces systèmes aident les cadres et les dirigeants à mieux formuler et traiter les questions d'ordre stratégiques en permettant de fixer les objectifs à long terme et de choisir les moyens pour les réaliser. Leur objectif est d'établir un lien entre les changements de l'environnement externe qui peuvent être anticipés et les capacités actuelles et futures de l'organisation.

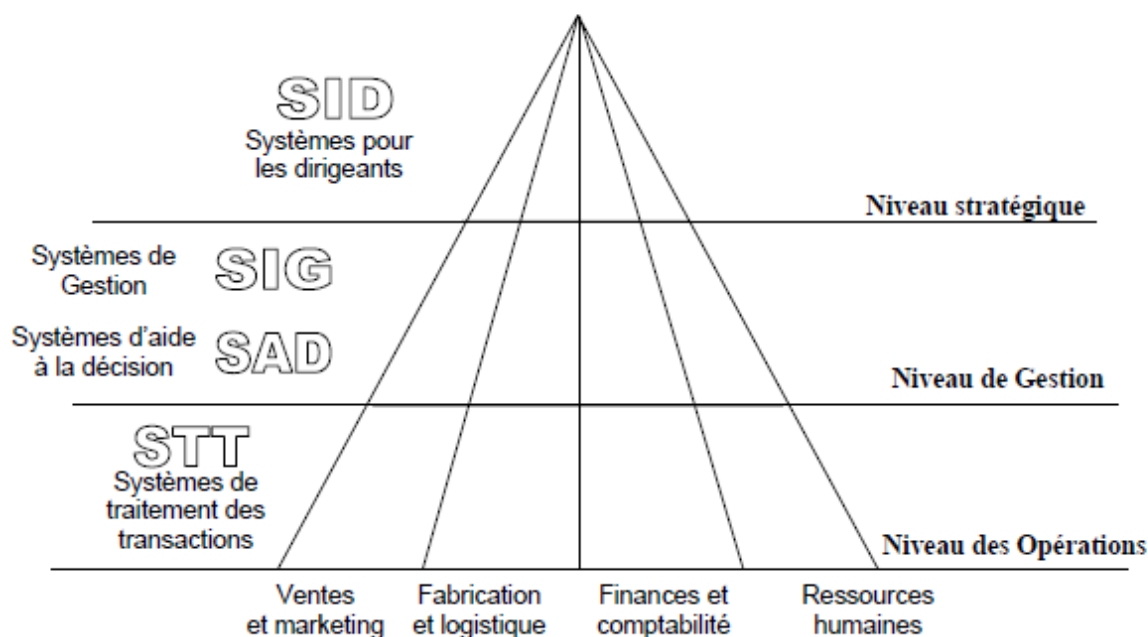
3-2 Les quatre principaux types de systèmes d'information :

Les principaux types de systèmes d'information apparaissent selon le niveau d'organisation et la fonction de l'entreprise que chaque système supporte. Ils peuvent être sous forme de :

- ✓ Systèmes des traitements des transactions (STT),
- ✓ Systèmes d'aide à la décision (SAD), des systèmes d'information de gestion (SIG),
- ✓ Systèmes d'information de direction (SID).

La figure 02, résume parfaitement les caractéristiques des quatre types de systèmes d'information.

Figure n°02 : Les quatre principaux types de SI



Source : LAUDON (K), LAUDON (J), op.cit, P.41.

3.2.1. Systèmes de traitement des transactions (STT)

Les systèmes de traitement des transactions (STT), sont des systèmes informatisés qui exécutent et enregistrent les transactions quotidiennes routinières associées aux événements basiques et quotidiens tels que la saisie des bons de commande ou le calcul des tournées de livraison par les transporteurs,...etc.

3.2.2. Systèmes d'information de gestion (SIG)

Ce système orientés presque exclusivement vers les événements internes de l'entreprise, les systèmes d'information de gestion (SIG), fournissent aux gestionnaires des indicateurs et des rapports à court terme ainsi que sur les périodes antérieures, les systèmes d'information de gestion (SIG) visent à simplifier la gestion d'une entreprise (son administration, sa facturation, sa comptabilité...) par l'outil informatique.

3.2.3. Systèmes d'aide à la décision (SAD)

Les systèmes d'aide à la décision (SAD) sont un outil d'observation et de description qui vise à partir de données de gestion et de statistiques, à donner aux managers d'une entreprise les moyens, de suivre l'évolution de l'activité et de disposer d'outils d'investigation de sujets particuliers.

3.2.4. Système d'information pour dirigeants (SID)

Les systèmes d'information pour dirigeants (SID) sont utilisés pour les réflexions, analyses et décisions stratégiques de l'organisation. Ils servent à réduire l'incertitude liée aux décisions qui engagent l'avenir de l'entreprise et qui sollicitent jugement, évaluation et intuition.

Les données sont souvent présentées aux cadres supérieurs grâce à un portail, qui utilise une interface web pour présenter un contenu spécialisé intégré émanant de sources diverses.

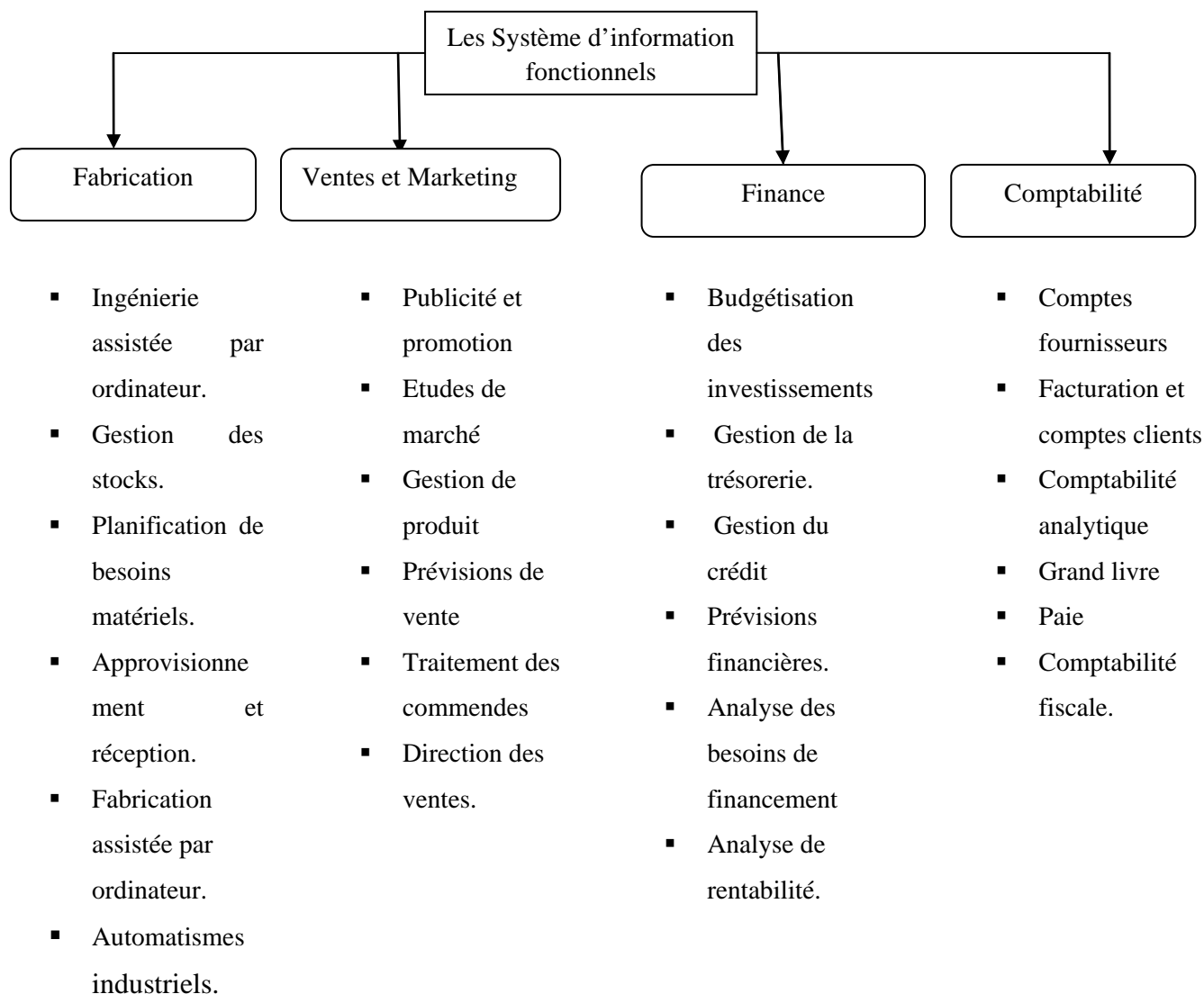
3-3 Les systèmes d'information fonctionnels(SIF) :

On peut également distinguer les SI selon leur catégorie fonctionnelle. Les principales fonctions de l'entreprise, telles que les ventes et le marketing, la fabrication, les finances, la comptabilité et les ressources humaines, sont chacune soutenues par leurs propres SI.

Dans le cadre de notre recherche nous nous focaliserons essentiellement que sur le système d'information des ressources humaines (SIRH), du fait qu'il représente l'objet de notre étude.

Cependant, nous allons résumer le reste des autres fonctions d'après des exemples dans la figure qui suite :

Figure03 : Le système d'information fonctionnel



Source : O'BRIEN(J) : *le système d'information de gestion*, Edition de Boeck Université, Montréal, 1995, P : 453.

Section 02 : Le SIRH comme un système fonctionnel

Dans cette section, nous allons aborder l'évolution et le déploiement du SIRH au sein du SI. Nous verrons, l'intégration de l'informatisation dans le domaine RH. Ceci va permettre la naissance du SIRH.

1-Le contexte de l'évolution :

Selon **B. Just**¹, il est possible d'appréhender l'histoire du SIRH au travers de deux évolutions. Le premier est l'évolution de la Gestion des Ressources Humaines (GRH), la deuxième est l'informatisation de la fonction Ressources Humaines (RH).

1-1 L'évolution de la Gestion des Ressources Humaines au fil du temps :

B. Just décompose cette évolution en sept périodes. En effet, c'est la modification des besoins de la fonction qui permet de comprendre l'évolution et la place du SIRH:

- **1ère période** : de **1870** au début du **XXe** siècle.

La fonction n'existe pas, c'est le patron qui exerce cette fonction, accompagné d'un comptable pour la paie et d'un secrétaire général pour l'administration générale.

Vers **1880**, on voit apparaître les premières lois sociales.

- **2ème période** : Avant la première Guerre Mondiale.

C'est la période de l'émergence de la fonction avec un mouvement de rationalisation vers **1914**, le Taylorisme.

- **3ème période** : la fin de la Première Guerre Mondiale.

Nous assistons au développement de la réglementation sociale, et de nouveaux besoins en matière de personnel se font sentir notamment pour la formation, le recrutement et l'apprentissage.

- **4ème période** : de la fin de la Première Guerre Mondiale au début de la Seconde Guerre Mondiale.

La victoire du Front populaire en 1936 modifie le paysage social.

- **5ème période** : de la fin de la Seconde Guerre Mondiale à 1960.

Cette période des 30 glorieuses a engendré un accroissement de la réglementation. Nous constatons l'apparition de nouvelles organisations du travail. c'est à cette époque que la fonction de directeur du personnel se professionnalise et se structure.

¹ JUST (B) : *Pas de DRH sans SIRH*, édition liaison, 2010, P.14.

- **6ème période** : de 1960 à 1980.

En parallèle de la poursuite du développement de la législation sociale, nous voyons apparaître d'autres aspirations de la population telles que le besoin d'expression et d'accomplissement, ainsi que la recherche de la satisfaction au travail.

- **7ème période** : depuis 1980, une fonction de plus en plus stratégique.

Nous assistons à une véritable modification de la fonction du fait du ralentissement de la croissance économique, du développement de la concurrence internationale et des mutations technologiques.

La fonction RH est alors perçue comme stratégique et pour réaliser ses missions, elle doit travailler avec les responsables opérationnels.

1-2 L'informatisation de la fonction Ressources Humaines « les quatre âges »

B. Just nous propose de faire le parallèle avec l'évolution du SIRH :

- **L'âge de pierre** : le progiciel de paie.

C'est en 1960 que l'on passe de la mécanographie à l'ordinateur. puis dans les années 1970-1980, les utilisateurs comprennent mieux l'informatique et commencent à émettre des demandes. C'est à cette période qu'apparaissent les premières applications paramétrables, le package de paie (nous dirions, aujourd'hui, progiciel) est né.

- **L'âge de bronze** : le progiciel RH.

Vers le milieu des années 1990, de nouvelles problématiques apparaissent avec la complexification de la paie. La paie doit être alimentée par d'autres systèmes périphériques, et les éditeurs diversifient leurs offres en les enrichissant de processus récents.

Dans les années 1990, la Paie a fait des progrès importants, de même que la Gestion des Temps et des Activités (GTA). La gestion Administrative du Personnel (GA ou GAP) constitue le moteur du SIRH. La formation est un module émergent.

- **L'âge de fer** : le SIRH.

A partir de l'année 2000, on rencontre deux types d'architecture dans les entreprises : le progiciel unique ou la cohabitation de plusieurs progiciels dédiés, interfacés entre eux.

Ces deux architectures permettent, plus ou moins différemment, de gérer l'intégralité des processus RH.

➤ **L'âge d'or, quel sera-t-il ?**

Tout semble avoir exploré, dans le domaine des SIRH, cependant, il reste les progrès technologiques qui continueront à bouleverser la fonction des ressources humaines. Les nouveaux horizons pour les SIRH sont leur capacité à s'ouvrir à une multitude d'acteurs. Alors que le SIRH était, à ses débuts, reconnaissable à la spécialisation de ses utilisateurs, le SIRH est en passe de devenir un système accessible à tous.

2-les définitions et les caractéristiques du SIRH:

2-1 les différentes définitions :

Au regard de la littérature, nous constatons que le SIRH, Système d'Information Ressources Humaines, est défini à partir de différentes manières selon les caractéristiques que nous privilégions. Les uns considèrent le SIRH selon sa capacité à traiter de l'information quels que soient les moyens nécessaires, d'autres l'appréhendent en fonction de ses capacités technologiques au sens large.

➤ **Selon la vision de l'information**

BOUROIS(F), ROJOT(J), et SCRAINGELLA (J-L). Définissent le SIRH comme « *une procédure de collecte, stockage, restauration et validation des données sur les ressources humaines, les activités du personnel et les caractéristiques des unités organisationnelles dont une entreprise a besoin.* »¹ Pour eux, le SIRH n'implique pas qu'il soit complexe ou informatisé. Il n'est donc pas limité aux technologies qui constituent.

TANNENBAUM. Définit le SIRH comme « *un système permettant d'acquérir, de stocker, de manipuler, d'analyser, d'extraire et de distribuer des informations pertinentes au regard des ressources humaines d'une organisation* ». Il considère que c'est un système qui inclut des personnes, des formes, des politiques et procédures, et des données »²

¹ BOURNOUS (F), ROJOT (J), et SCARINGELLA (J-L) : *RH les meilleures pratiques des entreprises du CAC40*, Edition d'organisation, Paris, 2003, P. 43.

² TANNENBAUM (S.I): *Human Resource Information Systems: User Group Implications*, Journal of Systems Management, n°41.P:143.

Selon la notion technologique (informatique) :

MARREC(A), Considère le SIRH comme « *Un SIRH est un ensemble de logiciels plus ou moins interconnectés qui permettent d'assurer de façon cohérente différents actes administratifs et des opérations de gestion appliquées aux ressources humaines.* »¹

SILVA (F), Définit le SIRH comme « *Le SIRH est un progiciel qui informatise, d'une part, un certain nombre de tâches des différentes missions de la fonction RH et, d'autre part, leur circuit de l'information. [...]. La logique de mise en place d'un SIRH induit que les tâches qui seront automatisées vont ainsi constituer une suite de flux d'informations à valeur ajoutée.* »²

Les définitions données au concept du SIRH dans la littérature, permettent de comprendre aisément que ce système constitue une application de Système d'Information à la gestion de ressources humaines. Il combine la GRH et en particulier, ses activités basiques et administratives, avec les moyens mis à disposition par les TIC, notamment les activités de planning et de traitement de données généralement destinées à être intégrées dans un PGI.

2-2 Les caractéristiques du SIRH :

Comme nous avons vu, Le Système d'Information Ressources Humaines (SIRH) est une procédure de collecte, stockage, restauration et validation des données sur les ressources humaines, les activités du personnel et les caractéristiques des unités organisationnelles dont une entreprise a besoin, Il n'a pas besoin d'être complexe, ni même informatisé. Il comprend également les gens, les formes, les politiques et procédures, et les données.

Quatre (04) grandes spécificités de fonds sont reliées au SIRH :

2-2-1 Les informations de RH :

Les informations RH reposent sur une base de donnée essentielle liées aux processus de GRH. Cette base de donnée est partiellement automatisée (informatique et manuelle) ou bien totalement informatisée. Et celle-ci peut être des informations internes ou des informations externes.

¹MARREC (A), Le TIC TAC TOE de la GRH, Télescope, Revue d'analyse compare en administration publique, n°2, Mai 2005.

² SILVA (F) : *Entre e-DRH*, Editions liaisons, Paris, 2008, P. 143.

➤ **Informations internes :**

Il s'agit notamment :

Informations individuelles : Ces sont des informations sur une base de donnée personnels décrivant les caractéristiques de chaque client interne dans sa vie personnelle « nom, prénom, adresse, sexe, âge, nombre des enfants....) ainsi que sa vie professionnelle (les études effectuées, la formation reçue, la poste qui occupé, les résultats d'évaluations, la rémunération.....)

Informations collectives : Ces sont des informations sur une base de donnée décrivant les statistiques des rémunérations, nombre des clients internes par service,.....etc.

➤ **Les informations externes :**

Ces les informations sur une base de donnée relatives à l'évolution du marché d'emploi, la législation.....

NB : l'objet de cette étude nous nous intéressons lié uniquement aux informations internes de l'entreprise.

2-2-2 Le portail RH :

Le portail RH c'est la porte d'entrée vers les données RH de système d'information regroupées au sein d'une interface unique.

Le portail RH constitue un point d'accès unique et personnalisable pour le partage d'informations RH entre les salariés, managers opérationnels et DRH, pour une simple interface web son principe repose sur la décentralisation de l'utilisateur au cœur de système d'information au service de ressource humaine.

2-2-3 L'automatisation et l'intégration :

Les premières applications informatiques dans le domaine de la GRH ont d'abord touché l'automatisation de la paie et la production d'états obligatoires tels que les contrôle (ventilation de dépenses de main d'œuvre, budgets, etc.). Actuellement, plusieurs entreprises sont restées à ce degré d'automatisation « l'utilisation d'un logiciel de paie ».

L'intégration des applications de l'entreprise c'est une plate-forme qui permet de réunir les applications existantes d'une entreprise autour d'un moteur d'intégration d'applications commun et d'un système de communication normalisé et généralisé appelé le middleware (connecteurs).

2-2-4 Les facteurs clés de succès :

Le succès du SIRH dépend avant tout de la façon de combiner une partie automatisée efficace dans les travaux de routine et une partie manuelle capable d'assurer la qualité, la souplesse et la richesse des relations entre individus. Ces relations ne doivent pas être perturbées par une mauvaise utilisation des TIC.

S'inscrit comme particulièrement six (06) facteurs clés de succès dans l'implantation d'un SIRH :¹

➤ **Partir de l'existant :**

Le SIRH permet de cerner le périmètre qui doit être couvert par la future solution informatique. Et garantir l'adéquation de SIRH aux besoins spécifiques de l'entreprise.

➤ **Définir clairement les objectifs :**

Dans l'implantation d'un SIRH l'entreprise doit, d'abord pouvoir énoncer simplement ce qu'elle veut, en suite être en mesure de procéder a des choix clairs, qu'ils soient technologiques ou humains.

➤ **Obtenir l'implication de tous :**

Le maintien des formes directs de communication, quant à l'explication aux intérêts des décisions importants (affectation, promotion,...etc.).Enfin l'implication des managers de proximité paraît incontournable pour apporter au SIRH.

¹BOURNOUS (F), ROJOT (J), et SCARINGELLA (J.L.), Op.cit, P.342.

➤ **Respecter les délais :**

Le respect de délais doit alors un impératif pour maintenir la matérialité du SIRH et aussi la crédibilité de concepteurs.

- Le SIRH est souvent synonyme de changement, dans l'esprit de collaborateur et la structure de l'entreprise, afin de les adapter à future solution informatique.

➤ **Communiquer avant, pendant, après :**

Le but de communication est de faire adhérer le collaborateur au SIRH, et aussi de recueillir les attentes et l'insatisfaction, il s'agit également d'assurer le suivi pour optimiser l'utilisation de SIRH et d'anticiper les évolutions

3-les types de SIRH :

Il existe une multitude de système d'information nous avons optés pour la classification des SIRH en trois(03) catégories afin de donner une vision globale du sujet.

3-1 Les systèmes manuels

Un SI n'est pas automatiquement informatisé, la nature de sa définition permet de considérer comme SI des réalisations purement manuelles. L'informatique n'étant qu'un outil de réaliser des SI plus performante.

Les utilisateurs des systèmes manuels se servent de crayon et de papier ou encore des calculatrices et machines à écrire pour transformer les données en informations. Les SI peuvent donc être manuels et ne comprendre le moindre ordinateur : le fait de noter à la main des informations sur papier et de classer des fiches dans un classeur pour archiver ces informations constitue un SI capable de saisir, classer, archiver, traiter et retrouver l'information au moment voulu.

3-2 Les systèmes informatisés :

Dans le but de mieux gérer et traiter l'information RH, les entreprises mettent en place des systèmes d'informations informatisées dédiés à la ressource sociale de l'entreprise. Fondés sur des technologies informatiques (matérielles et logicielles), ils contribuent à transformer des données brutes en informations significatives.

Ce type de système offre un traitement de données automatisé par des programmes informatiques; l'essentiel de l'automatisme consiste à établir un couplage transparent pour les utilisateurs entre les traitements informatiques d'une part et les données utilisées d'autre part.

3-3 Les systèmes intégrés (ERP /PGI) :

De manière générale, l'ensemble de logiciels intégrant désignent les principales composantes de l'entreprise (comptabilité et finances, logistique, paie et ressource humaine, gestion de production, gestion commerciale...etc.) toute ces logiciels accèdent à des ressources communes, en particulier bases de données.

Ces systèmes traitent l'information de manière successive. Et sert à construire des applications informatiques correspondant de diverses fonctions citées précédemment de façon modulaire, sachant que ces modules sont indépendants entre eux.

L'une des caractéristiques d'un ERP c'est l'usage de ce qu'on appelle un « **moteur de workflow** » ayant pour but se propager les données lors de leurs entrées dans le SI, dans les modules qui en ont l'utilisé, selon une programmation prédéfinie.

Les ERP représentent une généralisation des MRP (Manufacturing Resource Planning) vu qu'ils prennent en charge l'intégralité de gestion de l'entreprise, c'est-à-dire, ils englobent la gestion des ressources humaines, la gestion comptable et financière, la gestion administrative, la gestion de la vente et de la distribution, la gestion des achats, la gestion de la production et la gestion de logistique.

Section 03 : Les fonctionnements de SIRH.

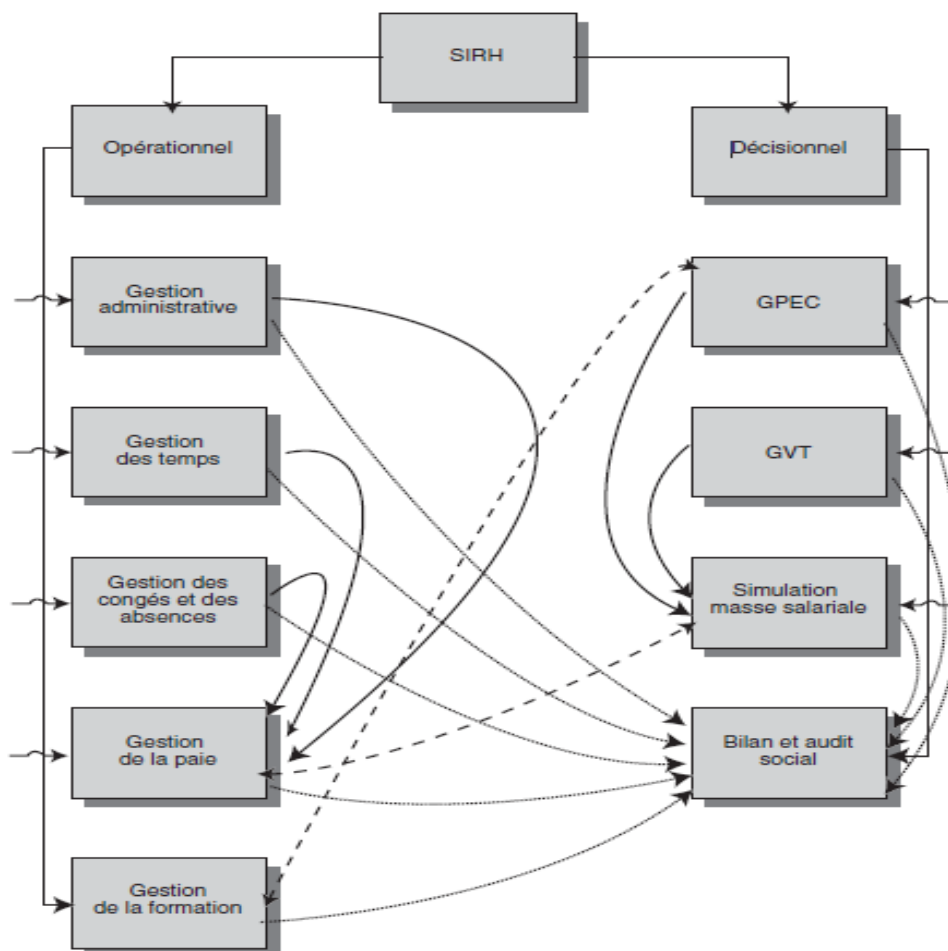
Nous allons traiter dans cette section le fonctionnement de SIRH et son apport, et sa finalité dans l'entreprise.

1- Les fonctionnalités de SIRH :

Il existe des nombreuses représentations SIRH en processus, ce dernier couvre l'ensemble du domaine des RH, le SIRH est pour objectif d'aider le service des ressources humaines dans leur travail au quotidien.

La figure suivante représente les fonctionnalités opérationnelles et décisionnelles de SIRH

Figure n°04 : Les fonctionnalités de SIRH.



Source : GILLET (M), GILLET (P) : *SIRH : Système d'information des ressources humaines*, Edition DUNOUD, Paris, 2010. P. 46.

Nous avons illustré illustrer cela en analysant les différentes gestions qui composent la gestion opérationnelle et la gestion décisionnelle des RH¹.

1-1 Les aspects opérationnels du SIRH :

1-1-1 La gestion d'administration du personnel

Lorsque nous parlons de la gestion du personnel, cette dernière englobe la gestion administrative, la gestion des missions et la gestion de la formation qui sont nécessaire pour la réalisation de la paie. Nous allons donc détailler ces dernières.

➤ La gestion administrative :

Cette gestion a pour objectif de traiter de manière qualitative, les informations relatives aux salariés dans des domaines particuliers « les congés, les absences ainsi que leurs incidences diverses, les visites médicales, les titres de séjour pour les étrangers, les tickets restaurant, titres de transport », elle évolue en fonction des règlements et du contexte de l'entreprise et de son environnement.

Le SIRH va permettre d'améliorer la qualité du traitement des données administratives, notamment par la diminution des délais de transmission des informations.

➤ La gestion des missions :

Cette gestion concerne la gestion des déplacements et des frais de missions. Elle représente une activité complexe et lourde puisqu'il faut collecter les informations très rapidement (motif du déplacement, personnes concernées, moyens de transport utilisés, frais engagés). Et effectuer des contrôles permettant de vérifier la réalité du déplacement, et gérer et contrôler les conditions de remboursements des frais engagés.

Le salarié devra saisir ses ordres de missions et sa fiche de frais et un accès à la DRH pour lui permettre d'effectuer un contrôle sur la validité des informations fournies. Ainsi qu'une interface avec la fiche de paie, notamment pour pouvoir effectuer le remboursement des frais de déplacement.

➤ La gestion de la formation :

La formation a pour finalités de pouvoir créer des éléments (stages, sessions) avec des objectifs individuels et globaux, afin de préparer un budget de formation avec uniquement un volume de participants.

Le SIRH va alors permettre d'enregistrer les stages, les sessions et d'inscrire des salariés à des formations. Il devra suivre l'exécution administrative de la formation, faire un bilan de la

¹ GILLET (M), GILLET (P), Ibid. P.89-170.

formation réalisée, gérer l'évaluation, et concrétiser le plan de formation et le suivi des coûts associés.

➤ **La gestion du dossier salarié :**

Cette gestion a pour objectif d'enregistrer les informations qui concernent les coordonnées personnelles et professionnelles du salariés. Ensuite, vient les informations concernant le relevé d'identité bancaire, nécessaire pour le versement du salaire. Puis, les informations concernant le CV et la carrière professionnelle. Enfin on y retrouve les informations relevant de la gestion administrative du personnel que nous avons vu auparavant.

Le SIRH va alors permettre d'organiser au mieux la mise à jour de ce dossier salarié, puisqu'il va permettre d'impliquer le salarié, permettre au gestionnaire d'effectuer des contrôles, mais aussi faciliter la transmission d'information entre ces deux derniers.

➤ **La gestion des contrats de travail :**

Le SIRH permet de gérer les contrats de travail de manière homogène en suivant les différentes règles de gestion. Cet outil va permettre de créer la cohérence entre le dossier salarié et les différents contrats de travail de ce dernier.

1-1-2 La gestion des temps et des activités.

La gestion du temps constitue l'enregistrement quotidien de la planification du travail dans le temps avec (horaires de référence, planification, rotations de postes, congés, compte épargne). Mais cela permet aussi de mesurer le temps de travail effectué par le salarié et donc d'obtenir des indicateurs sur l'absentéisme, les heures supplémentaires.

1-1-3 La gestion de la paie :

Nous pouvons retenir comme définition de la paie « *ensemble de processus, de pratiques et d'applications mis en œuvre pour calculer les éléments de paie, effectuer les paiements et s'assurer de la conformité réglementaire de l'activité. Cela couvre toutes les opérations entrant dans la production de la paie : calcul des salaires, des rémunérations, des avantages et des déductions, mais aussi l'édition et la distribution des bulletins, les déclarations aux organismes tiers ainsi que la maintenance légale* »¹. La gestion de la paie va regrouper toutes les informations traitées précédemment. Chaque information a des répercussions différentes sur la paie du salarié

¹ OPHELIE-CASTILLO, *Le Système d'Information des Ressources Humaines au sein des Petites et Moyennes Entreprises*, Mémoire de fin d'études 1ère année de Master Management Stratégique des Organisations, Université de Reims Champagne-Ardenne, 2012, P :28.

1-2 Les aspects décisionnels du SIRH :

Pour prendre des décisions, les décideurs ont besoin d'outils pour les aider, les guider, les informer afin de pouvoir prendre la ou les meilleures décisions. L'un des outils indispensables est le tableau de bord qui fournit les indicateurs nécessaires à la bonne prise de décision. Le SIRH rend ces outils plus rapides et plus fonctionnels.

Nous allons donc voir l'aspect décisionnel du SIRH avec la prévision de la masse salariale, la GPEC, le bilan et l'audit social¹.

1-2-1 La GPEC :

Le SIRH facilite la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences puisqu'il va permettre de :

- Faciliter le travail de recherche d'une personne, qui appartient à l'entreprise ou qui figure sur les candidatures et qui posséderait le profil recherché.
- Définir les caractéristiques d'une offre,
- Mesurer les écarts entre les compétences d'une personne et les exigences du poste qu'elle s'occupe.
- Donner un accès au salarié pour qu'il mette à jour les données le concernant (CV, demande de formation,...etc.).

➤ La prévision de la masse salariale :

La masse salariale évolue en fonction de plusieurs critères, le SIRH va permettre de réaliser des simulations en croisant plusieurs critères relatifs à :

- l'évolution mécanique des salaires et des carrières en fonction du temps,
- l'évolution quantitative et qualitative des personnes, facteurs liés à la GPEC,
- l'incidence des politiques salariales à différents niveaux.

1-2-2 Le pilotage et le contrôle de gestion sociale :

Pour n'importe quel domaine, le SIRH doit être capable d'élaborer les indicateurs que l'on souhaite et les présenter sous différentes formes.

¹ GILLET(M), GILLET (P), Op.cit, P.173-190.

➤ **Le bilan social :**

Les entreprises utilisent le bilan social pour obtenir un grand nombre d'indicateurs. L'étude du bilan social va permettre d'obtenir des tableaux croisés, des graphiques, ces derniers vont être utiles pour répondre aux enquêtes de certains organismes mais aussi indispensables pour le pilotage effectué par les RH.

➤ **Tableau de bord RH :**

Les entreprises se basent sur des tableaux de bord de GRH qui rentre dans la prise de décision pour obtenir en permanence les ressources nécessaires au bon endroit.

C'est à partir de là que nous pouvons voir le rôle important que peut jouer le SIRH. Il va permettre de collecter et de faire circuler les informations entre la DRH et les salariés.

Les salariés pourront donc interagir plus facilement et efficacement avec la DRH en un temps réduit.

Le salarié devient alors la source des informations et le destinataire des résultats du traitement effectué par le gestionnaire.

Le gestionnaire applique les règles de gestion et contrôle la validité et la mise à jour des informations du SIRH.

2- Les enjeux de SIRH :

Dans cette partie, nous allons voir les raisons qui ont encouragé les entreprises, notamment dans le système d'information des ressources humaines.

Jean Marie PERETTI parle plutôt de quatre motivations par rapport à la mise en place d'un SIRH¹

2-1 Optimisation des processus RH : Le SIRH lui permettrait alors de faciliter la gestion des savoirs, la diffusion des connaissances mais aussi le développement des compétences et leur conservation.

2-2 La mondialisation : le SIRH aiderait à répondre à une logique à la fois locale mais aussi mondiale.

¹ BOURNOUS (F), ROJOT (J), et SCARINGELLA (J-L.), Op.cit, P. 331.

2-3 Centralisation des données : La fonction RH a besoin pour être en accord avec la stratégie de l'entreprise d'avoir une vision globale de ses ressources. Le SIRH permettrait alors d'obtenir une centralisation des données en un seul et même endroit.

2-4 Responsabilisation des personnels : le SIRH permettrait alors la décentralisation de l'ensemble du personnels, d'abord vers les directeurs opérationnels, puis vers l'encadrement et enfin le salarié.

D'autres auteurs ont ajouté quatre autres motivations qui sont

2-5 Politique de transparence : Le SIRH permettrait de fournir des informations et de données qui ne sont pas visibles directement, mais exposées dans un rapport, elles deviennent visibles.

2-6 Intérêt recherché : Le SIRH permet de traiter avec le maximum de facilité et de sécurité les tâches administratives et de paie, assister la mise en place d'outils de développement des RH, et compléter les outils de gestion.

2-7 La performance : L'intégration du SIRH au sein de leur SI serait source de performance puisqu'il apporte un gain de productivité, l'optimisation et la maîtrise des flux d'information, réduction des délais, maîtrises des coûts, et plus grande disponibilité vis-à-vis des collaborateurs.

2-8 Recentrage de la fonction RH : le SIRH permet au service de RH de pouvoir se libérer des tâches fastidieuses et répétitives. Et permet aussi d'accroître la productivité administrative du service RH.

3- Les apports et les objectifs de SIRH :

3-1 Les apports de SIRH dans l'entreprise:

Trois grands facteurs permettent d'appréhender facilement les apports du SIRH¹

3-1-1 La vitesse de mise en application de pratiques à forte valeur ajoutée : la mise en œuvre des systèmes d'information RH permet d'accélérer fortement la diffusion des pratiques RH les plus porteuses et d'en garantir l'application étendue au sein de l'organisation.

3-1-2 Les économies de fonctionnement : grâce à l'automatisation de certaines procédures, le SIRH, il devient moins coûteux de diffuser largement les pratiques retenues pour accélérer la contribution de la fonction RH à la création de valeur. La mise en place d'un SIRH permet en moyenne de réduire les temps de traitement administratif, permettant ainsi aux gestionnaires de se concentrer sur les tâches à plus grande valeur ajoutée.

¹<http://www.journaldunet.com/management/expert/19741/la-contribution-des-rh-a-la-creation-de-valeur---quelle-place-pour-le-sirh.shtml>, (publier le 04/12/2007 consultée le 23/08/2015, 14 :35).

3-1-2 La capacité de mesure : le SIRH sert à fournir les bons indicateurs pour évaluer la pertinence des pratiques RH. En abordant de manière sécurisée à l'ensemble des données de l'entreprise, le département RH permettant de présenter les analyses graphiques qui résulte de ses opérations ou soulignant des déficiences à corriger.

3-2 les finalités de SIRH :

Le SIRH en tant qu'outil global de gestion de ressources humaines, poursuit les mêmes finalités stratégiques que la GRH, identifiées par BLANCHOT et WACHEUX en quatre (04) finalités stratégique, celle-ci peut être créatrice de valeur en attirant, développant, mobilisant et conservant les compétences requises dans l'entreprise.

Tableau N° 02 : Les finalités stratégiques de la GRH d'après « BLANCHOT et WACHEUX ».

Finalités stratégiques de la GRH	Opérationnalisation
Attirer les compétences requises	L'attraction des compétences requises passe par le recrutement, ainsi que la gestion des rémunérations, de l'emploi, de la formation, des carrières et de la communication.
Développer les compétences requises	Le développement des compétences passe par la formation, la communication et la gestion des parcours professionnels. Les évolutions de l'environnement doivent être prises en compte et anticipées dans le cadre de la gestion de l'emploi et de la formation, aux niveaux collectif et individuel.
Mobiliser les Compétences disponibles	La mobilisation des compétences disponibles vise à l'allocation adéquate des compétences. Elle passe par leurs usages dans la direction des valeurs et buts de l'entreprise, au travers de la gestion de l'individu (recrutement et formation), la gestion de l'emploi (mise en avant de l'autonomie, des initiatives) et la gestion des relations collectives (communication, circulation et transparence des informations). L'organisation du temps de travail et la gestion des effectifs participent également au travail de mobilisation.

Conserver les (seules) compétences requises	La conservation des compétences vise à ne fidéliser que les compétences requises et à éviter de garder ou de développer les autres. La gestion anticipée des emplois et des effectifs participe à cette fidélisation, ainsi que des outils d'adaptation comme l'organisation du temps de travail, la mobilité et la flexibilité.
--	--

Source : BLANCHOT(F), WACHEUX (F) : *e-GRH : révolution ou évolution ?* , Editions Liaison, Rueil-Malmaison, 2002, P. 15.

Au regard de ces finalités nous pouvons définir le SIRH comme une application visant à l'acquisition, le développement, la mobilisation et la fidélisation des compétences requises par l'entreprise.

L'évolution de la technologie a bouleversé et fait évoluer la fonction RH et va continuer à le faire. Mais ce n'ai pas grâce à l'intégration des RH dans le SI, c'est-à-dire au SIRH en lui même, que ce domaine évolue. Mais grâce à la manière que chacun a d'utiliser cet outil de SIRH. Mais gérer administrativement les ressources humaines ne suffit plus. Pour les RRH, il faut attirer, développer et retenir les talents, c'est un enjeu vital mais complexe à maîtriser. Il faut pour cela, coordonné, mettre en œuvre une multitude de processus RH (recrutement, évaluation, mobilité, formation, rémunération). Le SIRH va donc évoluer constamment avec la multiplication des logiciels qui le composent.

deuxième chapitre

Les organisations se concentraient sur la communication externe pour renforcer sa stratégie, or il s'est avéré qu'une communication interne était tout aussi importante et c'était un facteur clé de la réussite de l'entreprise, dans le sens où celle-ci s'inscrit dans une dynamique d'échanges informationnels.

Au delà d'un rôle purement informatif, une communication interne efficace apporte une valeur ajoutée à la gestion des ressources humaines, la communication interne permet de fédérer autour d'un projet et valoriser les compétences, renforcer le sentiment d'appartenance stimuler l'efficacité et la créativité des salariés et améliorer le climat général et les performances de l'entreprise.

Dans ce deuxième chapitre, nous présentons dans la première section des concepts de bases de la communication de l'entreprise, et dans la deuxième section nous abordons une généralité sur communication interne de l'entreprise, et la dernière section nous allons traiter l'amélioration de la communication interne à travers le SIRH.

Section 01 : Les concepts des bases de communication de l'entreprise :

Au cours de cette section nous allons voir d'abord les concepts des bases de la communication de l'entreprise en évoquant revue de littérature de la communication et ses caractéristiques, les processus, et les différents types de celle-ci.

1- La définition et les caractéristiques de la communication :**1-1 Définition de communication :**

La communication est aussi ancienne que l'histoire de l'humanité. Depuis les origines, l'homme a eu besoin de communiquer, pour cela il mit au point des codes, des alphabets et des langages, parole, gestes de la main, signaux, document écrit... tout était bon pour véhiculer le message.

PASTOR et BREAD, « *la communication est un échange de messages entre plusieurs individu ou groupes. Ces messages sont verbaux ou non verbaux, intentionnels ou inconscients, intelligibles au confus, explicites, pertinents, c'est-à-dire utiles ou non aux buts de l'entreprise* »¹

« *On peut définir la communication comme un processus dynamique par lequel un individu établit une relation avec quelqu'un, pour transmettre ou écrit que par un autre système de signe : gestes, musique, dessin,...la communication établit le lien qui permet aux sociétés d'exister et de fonctionner* »².

«*La communication est le mécanisme par lequel les relations humaines existent et se développent, elle inclut tous les symboles de l'esprit et les moyens de les transmettre à travers l'espace et de les maintenir dans le temps* »³.

La communication globale peut se définir comme une approche globale de l'ensemble des communications internes et externes, elle est présentée comme une démarche homogène qui vise à tracer un territoire pour l'entreprise et à l'imposer aux diverses formes de communication. La communication globale de l'entreprise recherche la cohérence entre le

¹ PASTOR (P) et BREAD (R): *les treize clés du manager*, Edition LLAISON, Paris, 2003, P. 135.

² ARCAND (R) et BOURDEAU (N): *La communication efficace: de l'internationaux moyens d'expression*, les éditions CEC.INC, Paris, 1998, P.13.

³ NGUYEN-THANH (F) : *La communication une stratégie au service de l'entreprise*, 2dition ECONOMICA, Paris, 1991, P. 24.

contenu des messages, la réalité de l'entreprise, des marques et des produits ainsi que les objectifs qu'elle poursuit.

1-2 Les caractéristiques de communication :

1-2-1 La cohérence de la communication :

Etant donné que les entreprises s'adressent à des publics différents, il y a entre eux un nombre croissant d'interactions et de convergences, un salarié est un vecteur de l'image et de son entreprise, il est aussi un consommateur, un citoyen, voire un membre actif d'associations, les messages développés auprès des différents publics doivent donc être cohérents et non pas contradictoires.

1-2-2 La communication et l'entreprise comme système :

La communication engage l'entreprise en tant que système d'information et de décision dans son milieu. Elle organise et gère les flux d'informations qui circulent à l'intérieur de l'organisation (communication interne) ou entre l'organisation et son environnement (communication externe). Elle concerne les échanges d'informations qui lui permettent de fonctionner en tant que système et de se positionner dans son environnement.

1-2-3 La communication et l'identité de l'entreprise :

L'identité d'une organisation est le système résultant de l'interaction de quatre types des facteurs : les facteurs politiques (histoire et personnalité des dirigeants, caractéristique du pouvoir de tutelle), structurels (type d'organisation et de répartition du pouvoir, procédures et système de gestion retenu) et symboliques (rites, langages et symboles organisant l'équilibre interne du groupe social).

2- Les processus de la communication :

« Un processus est un enchaînement ordonné des faits ou des phénomènes, répondant à un certain schéma et aboutissant à un résultat déterminé »¹

Ce mouvement alimente en permanence ce que l'on appelle notre système de représentation de la réalité, le processus de communication sera donc le chemin par lequel vont se rencontrer, s'affronter où s'éviter nos systèmes de représentation².

¹ Le petit Larousse : dictionnaire encyclopédie, édition LAROUSSE, Paris, 2010, P. 823.

² AUBERT(N), Diriger et motiver, éditions d'organisation, Paris, 2006, P.100.

Sous l'angle de processus, la communication est donc un acte d'information, mais elle ne s'en tient pas uniquement au simple échange d'informations entre un émetteur et récepteur. C'est un processus de partage de sens par l'interprétation réciproque de signe. Lorsqu'on communique, la forme (la façon dont on le dit) est aussi importante que le contenu (ce que l'on dit).

2-1 Les champs de communication globale :

La communication permet à l'entreprise de se situer, se positionner dans son environnement, elle vise l'adaptation du projet de l'organisation, ses produits et contraintes et opportunités liées à son environnement.

2-1-1 La communication financière :

Cette communication permet à l'entreprise de créer et d'entretenir des liens de confiance entre l'organisation et ses actionnaires, ainsi que les différents intervenants (banquiers, gestionnaire, financières, investisseurs....)

Les nouvelles réformes financières ont accéléré le développement de la communication financière.

2-1-2 La communication et le marché :

Cette communication permet à l'entreprise de créer des relations avec ses marchés en qualités de distributeur et de producteur, cette communication a pour objectif celui de la gestion optimale des produits sur le marché.

Elle comprend l'ensemble des moyens mis en œuvre pour faire connaître un bien et service par l'utilisation des médias, la télévision, la presse, la radio, l'affichage.

2-1-3 La communication institutionnelle :

Elle repose sur les relations publiques qui créent et organisent des occasions, des événements (ex : la foires, salons) auprès des médias et publics spécialisés pour construire ou entretenir l'image de marque, la notoriété de l'entreprise.

La communication institutionnelle vise à entretenir des relations d'intérêt mutuel avec les personnels de l'entreprise, les pouvoirs publics, les décisionnaires.

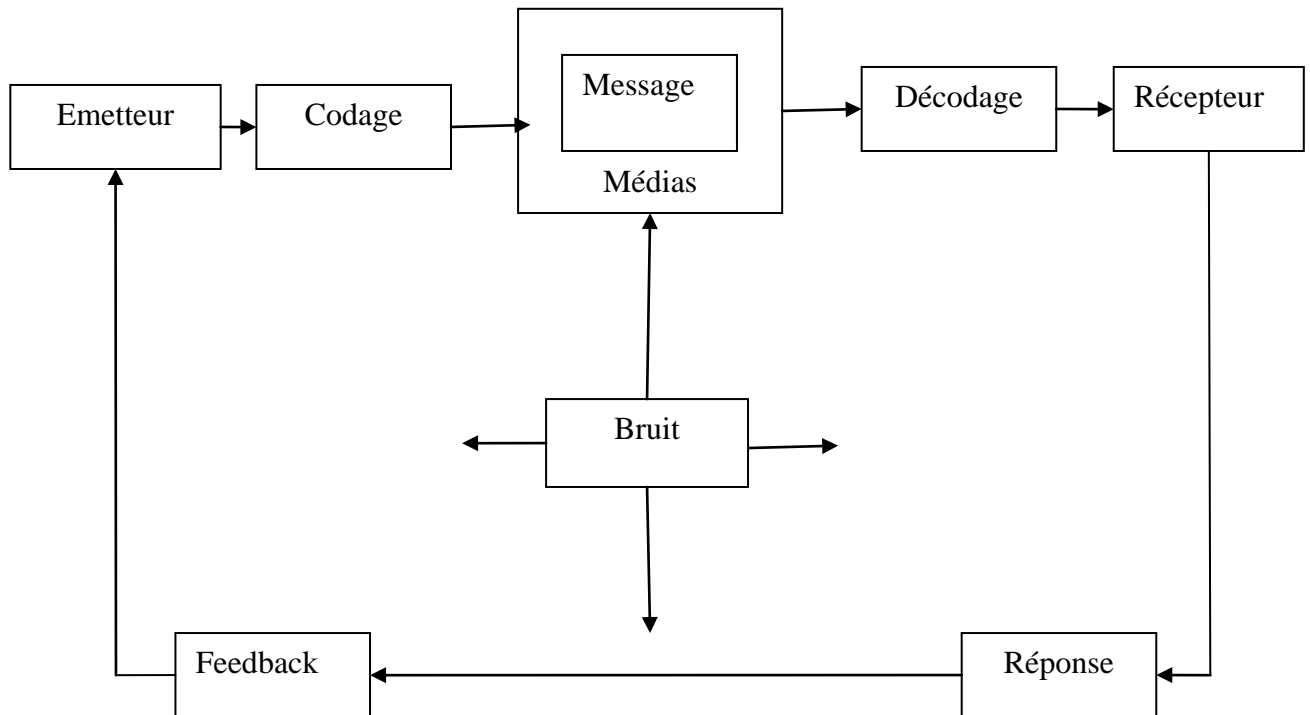
2-2 Les composantes de la communication :

Les principales composantes du processus de communication, que le système d'information se fonctionne :

- 2-2-1 L'émetteur :** c'est à l'origine du message, est influencé par sa position, ses filtres, ses croyances, ses objectifs, son décodage et sa compréhension de la situation;
- 2-2-2 Le codage :** l'émetteur peut se faire comprendre ce message, il le transmet sous formes des signes, pour ordonner ces signes en termes cohérents.
- 2-2-3 Le message :** Constitue l'élément mobile du processus de communication, qui est verbal et non verbal (écrit, gestuel, symbolique, graphique,...) , il est influencé par la forme utilisée, le sens des mots choisis, la relation existant entre les deux parties, le contexte.
- 2-2-4 Le canal :** Le canal est la voie de transmission par laquelle passe le message entre l'émetteur et le récepteur. L'émetteur choisit le canal qui lui convient en fonction de son caractère formel (lettres, notes, tableau d'affichage, fax, téléphone...) au informel, d'ordre personnel ou relationnel.
- 2-2-5 Le décodage :** les symboles qui constituent le message doivent être traduits sous une forme compréhensible par le récepteur, cette opération identique à l'opération de codage, qu'est établie par le récepteur en fonction de ses aptitudes de lire, écoute, et comprendre.
- 2-2-6 Le récepteur :** c'est le destinataire du message, peut également être influencé par sa position, ses filtres, ses croyances, ses objectifs, a l'inverse de l'émetteur, il reçoit des messages dont il aura à décoder les signaux.
- 2-2-7 Le feed-back :** c'est le retour de l'information du message décodé le récepteur, ce retour permet si les messages ont été transmis et interprétés comme l'émetteur souhaité.

La figure ci-dessous représente les processus de communication selon KOTLER

Figure n°05 : Les processus de la communication.



Source : KOTLER (P), DUBOIS(B), Marketing Management, 13^{ème} édition Pearson Education, Paris, 2009, P.609.

3- Les types de communication au sein de l'entreprise:

3-2 La communication externe :

PASTOR et BREAD définissent la communication externe comme étant « *l'interface entre l'entreprise et les besoins et demandes des marchés. Elle conçoit une image favorable du groupe en annonçant les grandes des stratégies et orientations de l'entreprise. Ainsi, à l'aide de journalistes par exemple, elle tache de créer tout évènement dans ce but : lancement d'un nouveau produit, promotion d'une politique sociale, portes ouvertes, mécénat, etc.* »¹.

¹PASTOR (P) ET BPEARAD (B), Op.cit, 2003, P.143.

3-2 La communication interne :

La communication interne est 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.

En entreprise plus qu'ailleurs, l'information, qui est la matière première de la décision, n'est pas donnée mais elle est construite.

La communication d'entreprise peut être définie comme la production d'information sur le milieu interne et externe et comme la création d'interface.

Section 02 : La communication interne de l'entreprise.

Dans cette section on va voir les définitions et les objectifs de communication interne, en suite les différents types, et en fin les moyens de communication interne.

1- Généralité sur la communication interne:

1-1 Définitions de Communication Interne :

La communication interne peut être définie comme « *un ensemble de principes d'action et de pratiques visant à donner un sens pour favoriser l'appropriation, à donner de l'âme pour favoriser la cohésion et à inciter chacun à mieux communiquer pour favoriser le travail en commun* ». ¹

NICOL(A), THIERRY(L) « *La communication interne est 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 visant un équilibre informationnel et relationnel* » ².

¹ DETRIE (PH) et MESLIN-BROYEZ (C) : *La communication interne au service du management*, Editions LIAISON, Paris, 2001, P .42.

² NICOL(A), THIERRY(L) : *La communication interne des l'entreprises*, Edition DUNOD 7^{ème} édition, Paris, 2014, P. 07.

1-2 Les objectifs de communication interne :

L'objectif global de la communication interne consiste à gérer de manière optimale les informations dans l'organisation.

➤ **Informé :**

Communiquer vers le personnel pour que chacun de ses membres se sente relié à l'entreprise, y comprenne son rôle et sa responsabilité et s'y sente valorisé comme travailleur autant que personne.

➤ **Motiver :**

Il faut donc communiquer pour motiver, si l'on s'attarde plus particulièrement à l'aspect individuel de la motivation on doit tenir compte des aspirations, des besoins et des attentes de l'individu. Motiver l'individu c'est tenir compte de son contexte psychologique, social et professionnel. La communication interne crée un esprit d'entreprise.

➤ **Fédérer les salariés auteurs des valeurs communes :**

La communication interne, développe une culture et des valeurs communes, et favorise la capacité de travailler ensemble. Elle développe une image positive de l'entreprise, et augmente la cohésion du groupe.

2-Les types de communication interne :

La communication interne peut être verticale (descendante / ascendante) et peut être transversale.

2-1 La communication descendante :

La communication descendante est, par définition « *celle qui part de haut de la pyramide de hiérarchie pour atteindre les employés en passant par le relais des cadres au par des outils écrits globalement, comme le journal interne par exemple* »¹ Elle répond à une première fonction de la communication qui est la diffusion des informations règlementaires. Ces informations bénéficient également d'une diffusion à travers des panneaux d'affichage. La communication descendante permet aussi de mieux faire connaître l'environnement de l'entreprise.

¹ MOREL (P) : La communication d'entreprise, édition VUIBERT, Paris, 2000, P.89.

Cette communication reste en permanence un instrument d'information au service des salariés afin de leur donner le sentiment réel qu'ils sont pris en considération, et leur permettre de se situer dans l'organisation et fonctionnement global de leur entreprise.

La communication descendante reste la forme de communication la plus fréquente, cependant mettre en place une communication interne qui serait uniquement descendante sans laisser aux salariés la possibilité de s'exprimer, la communication descendante n'est donc pas suffisante, elle sera complétée par la communication ascendante.

2-2 La communication ascendante :

A l'inverse de la précédente, la communication ascendante part de la base des salariés pour remonter vers la hiérarchie, elle peut être provoquée ou spontanée.

La communication ascendante peut couvrir plusieurs aspects, elle est formelle lorsqu'elle est structurée (questionnaire) et qu'on connaît l'émetteur et le récepteur, et informelle lorsqu'elle n'est pas structurée mais que l'on peut identifier émetteur et récepteur (rumeur), il s'agit d'un bruit ou d'une rumeur, on l'appelle aussi feedback lorsqu'elle est une réaction simple à une situation nouvelle ou à une prise de décision de la part de la hiérarchie.

2-3 La communication transversale :

Ce troisième type de communication interne découle de manière logique des deux autres types (ascendante, descendante), en ce sens qu'il les complète, c'est souvent au cours de réunion, d'occasion commerciale ou de rencontres informelles entre salariés (cantine, machine à café) que les échanges les plus riches se produisent, elle a pour objectif d'intégrer à la décision et surtout l'action de partage de connaissance entre les différents acteurs d'une entreprise.

3- Les moyens de communication interne :

D'après DEMONT (L), ces moyens peuvent être regroupés en trois catégories

- Les moyens écrits.
- Les moyens oraux.
- Les moyens informatiques et audiovisuels.

3-1 Les moyens écrits :

Les moyens écrits peuvent être source des problèmes de la communication interne (la surcharge, gaspillage de temps) comme ils peuvent aussi être des facteurs de réussite (la souplesse et la rapidité de confection, la capacité de conservation).

➤ **Note de services :**

C'est un outil indispensable de management de l'entreprise, elle a pour objectifs de établir les règles de fonctionnement à l'interne de l'entreprise, et marquer les directives, et informer sur les orientations et toutes les modifications à caractère technique, juridique, commercial.

➤ **Flash d'information :**

Une note courte et de rédaction simple, visant à informer l'ensemble du personnel de manière brève et rapide, elle annonce un résultat, une modification de structure, ou une décision importante, elle tient le personnel au fait de la vie de l'entreprise, et touche tous les domaines, économique, sociale, commercial.

➤ **Panneau d'affichage :**

C'est un moyen d'information qui permet d'anticiper, sensibiliser ou informer les salariés sur les conditions de sécurité au travail, d'une manière générale, l'affiche doit être visible lisible informative et régulièrement renouvelée.

➤ **Boîte à idées :**

C'est une urne où les salariés font des suggestions de façon anonyme, c'est une possibilité donnée aux salariés de faire à la direction des suggestions sur tout ce qui touche à la vie de l'entreprise, elle peut être très utile à condition de parfaitement en gérer le principe, il faut informer au préalable le personnel de sa mise en place, lui fixer une mission ou des objectifs, relier cette mission à un thème, lui attribuer une durée de vie assez brève, promettre de récompenser les meilleures suggestions pour motiver, et mettre en pratique la proposition retenue.

➤ **Compte rendu de réunion :**

C'est un procès-verbal du comité d'entreprise ou de la réunion des délégués du personnel ou un compte-rendu d'une réunion de travail, son objectif est la diffusion d'éléments d'information aux participants à d'autres personnes que l'on souhaite informer.

➤ **Lettre au personnel :**

Il s'agit d'un document signé par la directeur et remis ou envoyé au membre du personnel, soit régulièrement, soit à l'occasion d'événement importants dans la vie de l'entreprise.

Cette lettre est utilisée pour informer le personnel des résultats et des projets de l'entreprise, pour annoncer une opération particulière et pour expliquer une situation critique,...etc.

Ses avantages sont la rapidité, la puissance d'impact sur le destinataire, directement et à travers son conjoint, qui peut avoir connaissance de la lettre et elle peut également contrebalancer l'effet des rumeurs, en répondant aux attentes et aux inquiétudes du personnel.

➤ **Le livret d'accueil :**

C'est un document qui présente l'entreprise, son histoire, son organisation, ses activités, ses valeurs et ses avantages sociaux : il est important que le livre d'accueil soit régulièrement mis à jours les informations obstacles. « *Il est destiné à orienter le nouvel embauché dans sa découverte de l'entreprise et du contexte dans lequel il se situe et facilite ainsi son adaptation et son intégration* »¹. Il s'agit du premier outil de cette catégorie en termes de nécessité et d'utilité. Un livret d'accueil contient le rappel de la politique générale de l'entreprise, la présentation de la direction, des informations liés à l'emploi, les rémunérations, des informations concernant la politique de formation et l'organigramme général de l'entreprise.

➤ **Le rapport annuel d'activité :**

C'est un document qui présente la situation de l'entreprise sur le plan humain, commercial, technique et financier, il est destiné aux actionnaires et occasionnellement au personnel, ainsi qu'à certains partenaires privilégiés de l'entreprise.

¹ DEMONT (L) et autres: la communication des entreprises: stratégie et pratique, Editions NATHAN, Paris, 1995, P : 227.

➤ **Journal de l'entreprise :**

Il constitue l'un des supports favorise de la communication interne, il concerne la vie de l'entreprise ainsi que son environnement externe, est destiné particulièrement aux salariés.

Le journal de l'entreprise sert à relier les membres de l'entreprise, et de sentiment d'appartenance à l'entreprise, en les informant sur la vie quotidienne de l'entreprise économique, sociale, technique, il contient également des renseignements pratiques comme les changements d'horaires, les colonies de vacances, des articles ayant pour but d'instaurer un dialogue pour l'entreprise.

3-2 les moyens oraux :

➤ **Le séminaire :**

Le séminaire est une réunion relativement longue, souvent plusieurs jours, regroupement certains collaborateurs, afin de les informer sur sujet concernant la vie de l'entreprise, de réfléchir sur un problème ou assurer un complément de formation, il peut se dérouler à l'intérieur ou à l'extérieur de l'entreprise.

Le séminaire permet de créer une ambiance aux échanges et à la créativité, par la durée et la nature des relations qu'il permet d'instaurer¹.

➤ **La conférence :**

La conférence est un exposé effectué par un cadre de l'entreprise ou par une personnalité extérieure (la plupart du temps, on prévoit un temps pour les questions), sujets de culture générale des membres de l'entreprise et complètent leur formation professionnelle.

➤ **Le journal téléphonique :**

Ce dispositif permet à chaque salarié d'écouter des informations de l'entreprise en composant un numéro spécial, un répondeur se déclenche alors et déroule des messages, c'est un complètement du journal écrit, pour que ce système soit efficace, il doit respecter des contraintes de nouveauté, de régularité et rapidité des informations ceci de manière attractive grâce à une présentation soignée.

¹ DEMONT (L) et autres, Ibid. P.222.

➤ **L'entretien individuel :**

« Sa finalité est managériale (bilan et perspectives), il permet l'évaluation de chacun dans son activité, il autorise aussi un dialogue face directement centré sur l'individu. »¹.
L'entretien individuel permet de faire passer un message fortement individualisé, il motive l'employé, c'est l'occasion d'évaluer un travail fourni, un projet, c'est aussi le moment pour responsabiliser l'employé pour une mission particulière.

➤ **La visite planifiée ou non dans une usine :**

La visite planifiée renforce l'efficacité organisationnelle et autorise des échanges mieux préparés et plus approfondis. Son inconvénient réside dans l'absence de spontanéité des échanges, qu'elle soit planifiée ou pas, la rencontre avec le chef d'entreprise doit être suffisamment préparée.

➤ **L'entretien informel :**

C'est des rencontres qui s'opèrent périodiquement soit collectivement, soit en face à face, ces rencontres permettent à chacun de se tenir informé sur le contenu de son activité.

➤ **Réunions d'information :**

Elle se traduit par une transmission d'informations dans le cadre d'une conférence, la présentation d'un produit nouveau, la passation de consignes au travail, on donne une information collective, on cherche à obtenir la cohésion d'une équipe autour d'un projet, on organise ensuite un feedback venant des salariés.

➤ **Réunions d'échanges :**

Elle se caractérise par le dialogue, implique donc un feedback par la participation de chaque membre,

¹ ALMEIDA (N) et LIBAERT (T): communication interne de l'entreprise, 3ème édition, Edition DUNOD, Paris 2002, P. 65.

➤ Réunions pour résoudre des problèmes :

Elle s'appuie sur la recherche d'idées suite à l'analyse d'un problème pour rechercher, présenter des solutions et enfin prendre la décision adéquate.

➤ Réunions de négociation :

Constituée de partenaires ayant des stratégies divergentes qui cherchent à parvenir à un accord,

➤ Les cercles de qualité :

Les cercles de qualité sont constitués de petits groupes de travail dont l'objet est de résoudre des problèmes opérationnels liés à la situation de travail.

Ils sont sources de créativité car ils permettent aux membres du groupe de proposer des idées innovatrices en vue d'améliorer la performance, les relations humaines, de faire circuler des informations, créer de véritable échange.

En définitive, nous pouvons constater que les réunions d'information permettent aussi bien d'informer les membres de l'organisation, de souder une équipe dans le cadre d'un thème bien déterminé, que de faire remonter des réactions émanant du personnel.

3-3 Les moyens informatiques et audiovisuels :

➤ L'intranet :

L'Intranet est un réseau privé d'entreprise, utilisant les techniques de l'Internet (courrier électronique, liens hypertexte et moteurs de recherche), mais en circuit privé (réservé aux membres d'une même entreprise), il permet, à moindre coût et en toute sécurité, le transport et le partage de textes, d'images et de son, entre les différents membres d'un groupe, quel que soit l'endroit où ils se trouvent. De plus, 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 externes.

Le système intranet fournit aussi bien des informations instantanées (résultats de l'entreprise, ouverture de site, nouveaux contrats, messages de la direction...), que des informations commerciales (lancement de produits, campagne de publicité...).

➤ **La téléconférence :**

Le couplage des techniques modernes de transmission et de celles de l'audiovisuel permet de tenir des réunions avec des interlocuteurs qui se trouvent à des distances plus ou moins grandes de l'animateur.

Elle permet de recréer les conditions d'une réunion entre plusieurs personnes géographiquement éloignées, les personnes en réunions sont dans un studio équipé d'un moniteur, d'une caméra et d'un haut parleur, ainsi ils se voient et discutent comme s'ils étaient dans la même pièce.

➤ **Film d'information :**

Il s'agit d'un court-métrage présentant les activités de l'entreprise ou une partie d'entre elles ou un problème spécifique, visant ainsi à faire connaître l'entreprise et sensibiliser le personnel à un problème précis (vente, organisation, relations sociales).

Le film donne une vision à la fois concrète et synthétique de l'entreprise, et permet à chacun de situer son propre travail dans l'ensemble (ceci est particulièrement utile dans les entreprises de grande dimension ou dans les groupes).

Section 03 : l'amélioration de la communication interne de l'entreprise à travers son SIRH.

Au cours de cette section nous allons voir d'abord la communication interne et l'information de l'entreprise en suite nous abordons la stratégie de communication interne, et en fin nous allons traiter la contribution de SIRH dans l'amélioration de communication interne.

1- La communication interne et l'information dans l'entreprise :

L'objectif global de la communication interne consiste à récolter puis à diffuser, et à communiquer, des informations pour permettre à l'entreprise et à ses clients internes d'exister, le besoin d'informations tient compte des différents événements qui se déroulent dans le temps, informer tout en communiquant n'est pas forcément chose facile et il s'agit de trouver un juste milieu entre l'information et la communication, informer ne suffit pas surtout dans des dynamiques de changement¹.

1-1 Les définitions et les caractéristiques de l'information :

1-1-1 Définition de l'information :

D'après » REIX(R) « l'information est ce qui modifie notre vision du monde et qui réduit notre incertitude, c'est un renseignement »².

Ceci dit le terme d'information désigne tout renseignement ou bien élément de connaissance susceptible d'être représenté sous une forme adaptée à un enregistrement, une communication ou un traitement.

¹ <http://www.marketingetudiant.fr/http://autoformation.u.a.f.unblog.fr/files/2012/10/communication-interne.pdf>, (consulté 03/05/2015, 10 :45).

² REIX (R), Op.cit, P.20.

1-2-1 Les caractéristiques de l'information :

Une information est caractérisée par, sa forme, son mode de présentation, ses qualités, son coût¹.

➤ Une idée

L'information, elle est le seul bien pouvant être donné sans que le détenteur en soit dépossédé, elle est ainsi de nature purement intellectuelle, se multipliant à l'infini et enrichissant tous les êtres qu'elle touche, c'est sans doute un des fondements du principe inscrit dans beaucoup de déclarations de droits.

➤ Le coût de l'information

L'obtention de l'information est coûteuse, tout comme son traitement et sa diffusion au sein de l'entreprise, un coût très élevé de ce type peut conditionner les possibilités d'une société d'être concurrentielle et d'avoir une activité rentable

Le coût de l'information dans une entreprise dépend des moyens techniques et du capital humain qui sont utilisés.

➤ Pertinence de l'information

Une information pertinente est une information utile au gestionnaire, si l'information permet de mieux comprendre une situation, de se faire une opinion, de prendre une décision.

➤ Sens de l'information :

L'information évolue dans un environnement et la valeur sémantique de l'information est aussi souvent dépendante de l'environnement auquel elle appartient.

Dans le cas d'un système, l'information fait partie intégrante d'un tout et elle interagit avec les autres informations de ce système, et dans le cas d'un contexte, l'information voit son sens être relié au contexte, c'est-à-dire à un type d'environnement, mais sans qu'il y ait des interactions directes ni explicites.

¹ http://jc.bordichini.free.fr/A53-1/co/S53-1-2-Caract_qualites_%26_fonctions_info.html, (consulté 13/07/2015, 23 :14).

1-2 La place de l'information dans l'entreprise :

Chaque membre de l'organisation a un besoin vital être informé et a besoin aussi d'informer, donc d'échanger des informations sur sa situation de travail, le système organisationnel et la place de son entité.

Le fonctionnement d'une organisation est basé sur un ensemble d'informations et de règles, de comportement, en effet, l'information constitue un élément essentiel dans la prise de décision et offre à l'entreprise la possibilité de mieux réagir face à la complexité des situations socioéconomique, c'est-à-dire une meilleure adaptation aux évolutions et changements de son environnement, elle réduit l'incertitude et représente un moyen de régulation, de contrôle, d'évaluation et de communication interne et externe.

Disposer d'information est vital pour l'entreprise, mais ceci passe par la mise en place d'un véritable système d'information.

Un système d'information coordonne grâce à l'information les activités de l'organisation et lui permet ainsi d'atteindre ses objectifs, il est le véhicule de la communication dans l'organisation et assurer la cohérence à l'ensemble des ressources humaine de l'entreprise.

Le système d'information des ressources humaines garantir la communication interne optimisée avec une information plus riche, plus fiable et plus fluide, et l'amélioration de la qualité des échanges et une aide à la décision pour tous les acteurs RH, et restitutions adaptées aux différents besoins de la DRH et de ses clients.

2- La stratégie de communication interne :

L'élaboration d'une stratégie de communication interne est l'une des clefs pour engager la communication interne dans une démarche de performance. Elle permet aussi d'orienter la communication interne pour répondre aux enjeux de l'entreprise et pour y rédimmer les dysfonctionnements de communication interne.

La stratégie de communication interne doit être définie pour appuyer la stratégie globale de l'organisation, le plan de communication est alors un outil de management de la communication, il permet de formaliser ce que l'on veut communiquer, à qui, quand, comment, pour quel résultat, l'élaboration du plan de communication doit s'appuyer sur la clarification de ce que l'on cherche à atteindre comme objectif au travers de la communication.

2-1 L'élaboration d'un plan de communication interne:

plan de communication a pour objectif d'organiser en un tout conséquent les activités de relations publiques, de promotion et de publicité, de consultation et d'animation, il permet de se faire une idée sur l'ensemble des communications d'un organisme avant qu'elles ne se réalisent.

La mise en œuvre d'une démarche de communication interne ne peut se faire de manière empirique, il est nécessaire d'organiser ses différentes étapes, en adéquation avec les objectifs fixés, le plan de communication interne permet déstructurer une stratégie de communication interne sur le long terme.

Il peut proposer de décliner la démarche en sept étapes

2-1-1 Un plan de communication interne, pour quoi faire :

Le plan de communication interne est une feuille de route indispensable, il pose un cadre de travail et permet de ne pas perdre de vue les valeurs à porter, son élaboration requiert du temps : ce temps est nécessaire pour posséder une réelle lisibilité de la cohérence globale du dispositif, mais également de la synergie entre chaque action qui devra être mise en œuvre.

2-1-2 Définir le contexte général :

C'est le premier élément à considérer, un plan de communication réussi repose sur une analyse judicieuse du contexte géographique, technologique, démographique, linguistique, politique, social, culturel, historique, médiatique et institutionnel.

2-1-3 Fixer l'objectif :

Les objectifs sont à la fois qualitatifs et quantitatifs. Les objectifs doivent être

SMART :

Spécifiques : clairement délimités.

Mesurables : possibilité de vérifier a posteriori s'ils ont été atteints (grâce à des indicateurs).

Acceptables : corrects.

Réalistes : compte tenu des limitations existantes.

Temporels : le délai est défini clairement

2-1-4 Rédiger le message :

Après avoir défini les objectifs du plan de communication, il convient de développer les messages à transmettre et leurs contenus respectifs afin d'obtenir les résultats escomptés.

Le message est l'idée principale, le thème central de la communication interne, il pourra être décliné en un texte, un discours, une image..... Etc.

2-1-5 Choisir les moyens :

Les moyens sont choisis en fonction de tous les éléments qui précèdent, il s'agit du plan d'action qui sera déployé afin d'atteindre les objectifs, de mettre en œuvre les stratégies de communication et de véhiculer le message.

2-1-6 Elaborer un calendrier d'exécution :

Le calendrier est relié aux différentes étapes du plan de communication, il permettra d'établir un rythme de diffusion de l'information qui prendra en compte les ressources de l'entreprise et la capacité de rétention de l'information par chaque partie prenante, la fréquence et la régularité sont des facteurs qui permettront de maintenir l'intérêt.

2-1-7 Evaluer les résultats :

Il est crucial de dresser un bilan de la mise en œuvre du plan de communication interne, et ce, sur une base continue, ce bilan permettra d'identifier les forces et faiblesses des messages et des moyens.

2-2 Les obstacles de la communication interne :

Un acte de communication interne se présente comme un système complexe, dynamique, producteur de sens et porteur d'enjeux pour les interlocuteurs, aux finalités multiples dans lequel le transfert d'information n'est qu'un aspect parmi d'autres, car "communiquer", c'est aussi : définir une relation, affirmer son identité, négocier sa place, influencer l'interlocuteur, partager des sentiments ou des valeurs et, plus largement, des significations.

Au bout du compte, ce que les travailleurs d'une même organisation entendent par les obstacles de communication

Les obstacles de la communication le plus importants se résument ¹:

2-2-1 Le filtrage :

C'est une pratique courante dans les entreprises, par ce que les messages transmis aux supérieurs doit être clairs concis synthétiser par les subordonnées afin d'évité une surcharge d'informations, l'information est manipulée volontairement par l'émetteur pour qu'elle soit mieux accueillir par le récepteur, l'émetteur essaie de faire entendre au récepteur ce qu'il lorsque la hiérarchie est alignée, le problème de filtrage ne se pose plus avec autant d'intérêt.

¹ Dr CHIRIF, *support de cours, communication interne de l'entreprise*, Ecole des Hautes Etudes Commerciales EHEC, 2014. P. 6.

2-2-2 La perception sélective :

Le récepteur sélectionne, ce qu'il voit et entend en fonction de ses nécessités, de ses motivations, de son expérience, de sa fonction et de toutes les caractéristiques personnelles, il interprète et préjugés les réalités comme ce qu'il voit et ce qu'il veut.

2-2-3 La surcharge d'informations :

Elle se caractérise par une quantité d'informations transmises dépassant les capacités de traitement du récepteur.

Lorsque l'individu reçoit plus d'informations qu'il ne peut en traiter et à assimiler, il se trouve tenter de négliger certaines informations, de les survoler, de les ignorer ou voire de les éliminer, il en résulte à la fin, une communication moins efficace.

2-2-4 Les émotions :

L'interprétation de message est souvent influencée par les émotions du récepteur qui sont qui sont susceptibles de compromettre, de nuire à l'efficacité de la communication, lorsque l'on est fortement ému, mieux vaut s'abstenir de répondre au message, au manquer de rationalité et d'objectivité.

2-2-5 Le langage :

Le langage d'une entreprise et influencent par rapport plusieurs variables tell l'âge, l'éducation, les origines culturelles, et le sens donne aux mots. En effet le langage des cadres supérieurs peut ne pas être compris par le personnel d'exécution et cela ne peut perturber la communication.

2-2-6 Le sexe :

Les recherches ont prouvé que les hommes et les femmes ne communiquent pas de la même manière.

Les hommes s'expriment pour affirmer leur statut, leur position social, et leur indépendance. Et les femmes cherchent de créer des liens d'amitié et d'intimité

2-3 Les objectifs d'une stratégie de la communication interne :

Toute stratégie de communication consiste à définir les objectifs. Il existe trois(03) types d'objectifs stratégiques de la communication interne informer, faire accepter ; et faire agir (vise à influencer les comportements des utilisateurs finaux du SIRH)¹.

La stratégie de communication interne permis d'informer, d'expliquer, de convaincre, de minimiser la résistance, d'impliquer et de gagner l'accord des clients internes ce qui a facilité l'implantation de SIRH et favorisé l'amélioration de communication interne.

Le recours à une stratégie de communication interne facilite la mise en œuvre du changement. En fait, la stratégie de communication interne permet à l'entreprise d'avoir de la cohérence, la coordination, et l'implication des clients internes dans son SIRH.

3- L'amélioration de la communication interne :

L'information circule de différentes manières dans l'organisation, cependant cette circulation n'est pas toujours optimale, elle est souvent unilatérale, en créant un outil de communication interne dynamique, l'entreprise souhaite que chacun puisse être acteur et puisse communiquer avec tous les autres membres de l'entreprise ou de l'organisation.

C'est dans ce cadre que nous sommes intéressés à une mise en application des TIC dans l'entreprise notamment le SIRH comme un outil d'amélioration de la communication interne.

3-1 la contribution de SIRH dans l'amélioration de la communication interne :

Le SIRH vise d'une part à optimiser la communication et la mutualisation des données par une plus grande visibilité des informations facilitant ainsi l'utilisation de toutes les ressources humaines de l'entreprise et d'autre part, à améliorer les échanges entre les personnes renforçant ainsi le sentiment d'appartenance à l'entreprise et la satisfaction au travail par une convivialité plus grande.

Le manque de communication interne provoque souvent des répétitions, des personnes travaillent sans le savoir sur les mêmes thématiques sans se consulter, la plateforme SIRH va permettre à chacun de déposer des informations, des documents, des fiches de lecture ou des protocoles de formation, afin de permettre aux autres de les consulter et ainsi d'améliorer la qualité du travail et de gagner du temps.

¹<http://www.strategie-aims.com/events/conferences/4-xxeme-conference-de-l-aims/communications/1241-strategie-de-communication-interne-et-succes-des-projets-erp/download> (consulté le 20/08/2015, 15:40).

Ce processus d'échange vise à désindividualiser les professionnels en les intégrant dans une culture d'entreprise où l'on mutualise ses données et où l'on accepte de partager ses documents, cela permet à chacun de s'interroger sur la place qu'il occupe au sein de l'entreprise et sur les possibilités valorisé son travail.

3-2 Développer les interactions sociales au sein de l'entreprise :

La communication interne se fait le plus souvent, sous forme centralisée, pour que celle-ci soit plus efficace il faut qu'elle s'exerce sous forme de réseau distribué à travers une SIRH. Permettant donc à chaque client interne d'avoir le même niveau d'information que son collègue et diminuant l'effet de hiérarchisation ou l'effet de centralisation des informations par un seul acteur de l'entreprise.

Enfin, cela rend la tâche administrative moins lourde, et cela permet une plus grande collaboration au sein des différentes équipes, ce qui permet un décroisement des services.

En conclusion, on peut clairement dire que les SIRH sont de plus en plus intégrées dans les entreprises, et celle-ci ont une bonne compréhension des bénéfices induits, le principal d'entre eux étant l'amélioration de la communication et de l'information.

Chapitre Troisième

A travers ce troisième chapitre, nous allons essayer de confronter la théorie à la pratique en analysant le SIRH en tant que facteur d'amélioration de la communication interne au sein de l'entreprise, on a choisi l'entreprise Algérie Télécom « DOT Mila », en raison de l'importance d'utilisation des systèmes d'information dans la gestion de l'entreprise et ainsi pouvoir donner quelques éléments de réponse à notre problématique.

Dans ce chapitre nous avons essayé de mettre en exergue l'impact du système d'information des ressources humaines dans l'amélioration de la communication interne. Et en dernier lieu on a essayé d'utiliser une enquête à l'aide de questionnaire, alors nous abordons une présentation de l'entreprise Algérie Télécom « DOT Mila », et en suite la démarche de l'enquête, et en fin l'analyse de résultats et les recommandations.

Section 01 : Présentation de l'entreprise Algérie Télécom « DOT Mila » :

Au cours de cette section nous allons voir d'abord l'historique de l'entreprise Algérie Télécom et en suit nous abordons ses missions et ses objectifs, et en fin nous présentons l'organisation et les différents départements de l'entreprise Algérie Télécom.

1- Historique :

Algérie Télécom est une société par actions à capitaux publics opérant sur le marché des réseaux et services de communications électroniques.

Sa naissance a été consacrée par la loi 2000/03 du 5 août 2000, relative à la restructuration du secteur des Postes et Télécommunications, qui sépare notamment les activités Postales de celles des Télécommunications

Algérie Télécom est donc régie par cette loi qui lui confère le statut d'une entreprise publique économique sous la forme juridique d'une société par actions SPA, entrée officiellement en activité à partir du 1^{er} janvier 2003, elle s'engage dans le monde des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) avec trois objectifs, Rentabilité, Efficacité, Qualité de service.

1-1 Secteur d'activité:

Algérie Télécom est une entreprise politique économique opérant sur le marché des réseaux et service de communication électronique, elle est l'intervenant majeur dans le domaine des NTIC à travers l'ensemble du territoire national.

Pour répondre aux besoins de sa clientèle et assurer une prestation de service de qualité, Algérie Télécom s'est organisée en filiales spécialisées et de dimensions nationales, il s'agit de

- La filiale de téléphonie mobile : Algérie Telecom Mobile MOBILIS (ATM).
- La filiale des télécommunications par satellite : Algérie Telecom Satellite (ATS).
- La filiale des services internet : Algérie Telecom Internet (DJAWEB).

1- Les missions et les objectifs d'Algérie Télécom :

2-1 Les missions :

L'activité majeure d'Algérie Télécom est de :

- Fournir des services de télécommunication permettant le transport et l'échange de la voix, de messages écrits, de données numériques, d'informations audiovisuelles.
- Installer, développer et gérer les réseaux publics et privés de télécommunications.
- Etablir, exploiter et gérer les interconnexions permettant à tout opérateur de réseau ou prestataire de services de télécommunication national et étranger, d'assurer la communication entre les usagers, quelques soient les réseaux auxquels ils sont raccordés ou les services qu'ils utilisent.

2-2 Les objectifs :

Algérie Télécom est engagée dans le monde des technologies de l'information et de la communication (TIC) avec les objectifs suivants :

- Accroître l'offre de services téléphoniques et faciliter l'accès aux services de télécommunications au plus grand nombre d'utilisateurs, en particulier en zones rurales.
- Accroître la qualité de services offerts et la gamme de prestations rendues et rendre plus compétitifs les services de télécommunications.
- Développer un réseau national de télécommunication fiable et connecté aux autoroutes de l'information.

2- L'organisation d'Algérie Télécom :

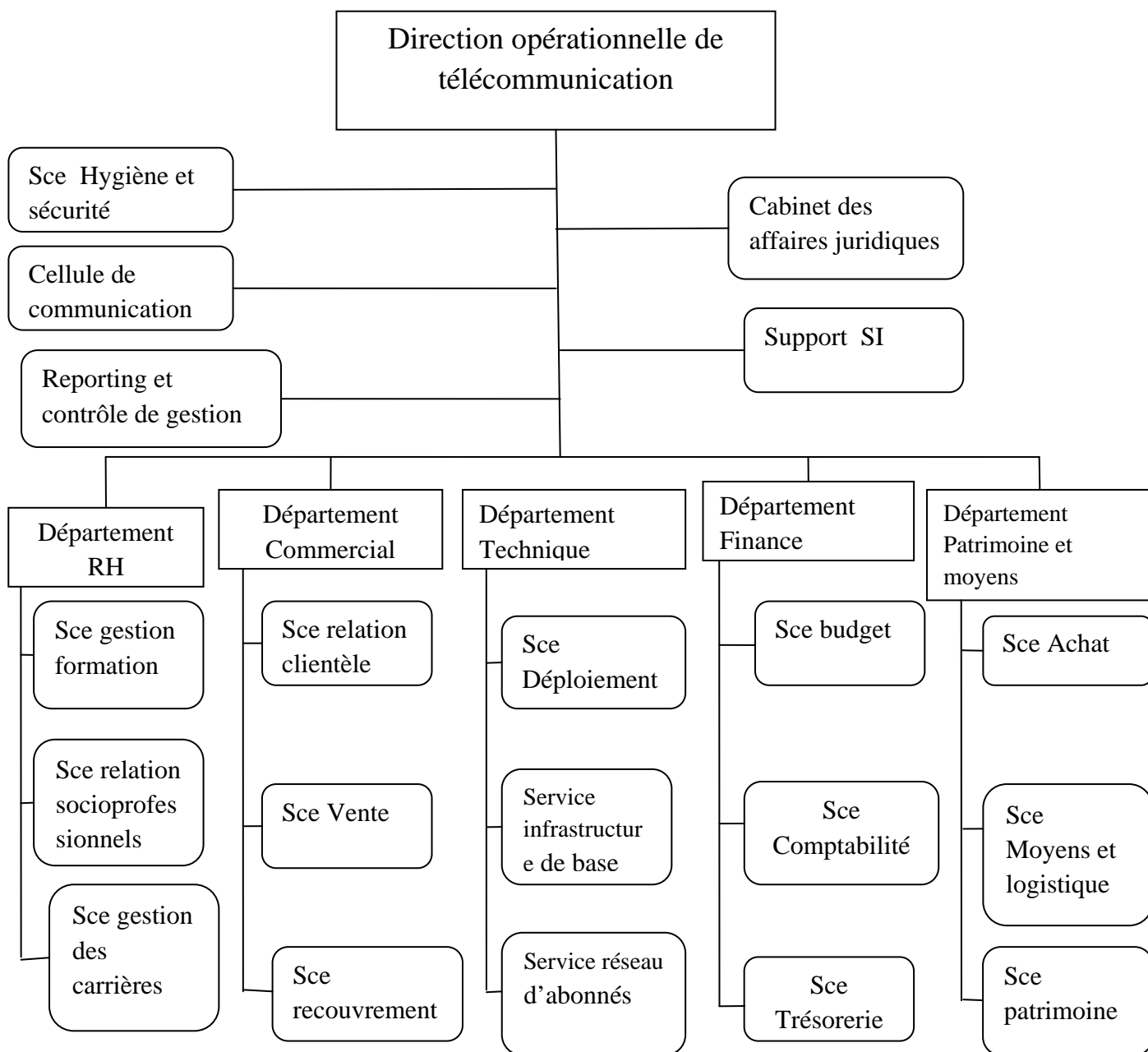
Algérie Télécom est organisée en Directions Centrales, Régionales et Directions Opérationnelles de Wilaya autour de son métier fixe et services et d'autre part des fonctions supports réseaux, à cette structure s'ajoutent trois filiales:

- Mobile (MOBILIS).
- Internet (DJAWEB).
- Télécommunications Spatiales (RevSat).

En outre, Algérie Télécom met en œuvre des moyens importants pour rattacher les localités isolées et les établissements scolaires.

La Algérie Télécom « DOT Mila » est une unité opérationnelle indépendante financièrement, elle est placée sous l'autorité directe de la direction territoriale des télécommunications (la DTT Constantine). On va présenter dans ce qui suit les différents services du département de ressources humaines de DOT Mila

Figure N°06: L'organigramme d'Algérie Télécom DOT Mila



Source : Document de l'entreprise Algérie Télécom « DOT Mila ».

3-1 Les Départements d'AT :

3-1-1 Département ressources humaines:

Dans le cadre de la gestion des ressources humaines et des affaires générales, ce département garantit l'application des procédures de gestion administrative, de management des RH de son périmètre et garantit la gestion, le suivi des structures qui lui sont rattachées afin d'assurer un bon environnement de travail aux collaborateurs.

➤ Service gestion de personnel et paie :

Ce service s'occupe à :

- **Le traitement de la paie :** à travers la veille à la collecte d'informations, et teint à jour et assure le suivi des éléments variables de la paie (absences, indemnités, congés, maladies, frais de mission).
- **La gestion des dossiers administratifs:** par la remise aux salariés des documents administratifs, attestations, certificats et bulletins de paie, et les avise de toute affaire les concernant, ensuite garantit le classement et l'archivage des documents internes et des dossiers du personnel, enfin assure l'application du règlement intérieur de l'entreprise et garantit la fiabilité des rapports statistiques demandés par sa hiérarchie.

➤ Service formation :

Il est juste à côté de service personnel et paie et il est chargé de :

- Assurer l'animation de ses collaborateurs, leur garantir la circulation, la fluidité de l'information à l'interne de l'entreprise et contribue à leur formation continue.
- Suivre et assurer les missions des collaborateurs en dehors de la Wilaya, et l'apprentissage des apprentis, les stages pratiques des stagiaires au sein d'Algérie Télécom, dont le but d'assurer la maîtrise des collaborateurs de la nouvelle technologie, et de garder sa position dans le marché de télécommunications.

➤ **Service gestion des carrières :**

Le service gestion des carrières et principalement chargé de :

- Contribuer à l'élaboration des outils d'évaluation et analyse des compétences et assurer leur déploiement.
- Diagnostiquer les besoins par rapport à la RH disponible et proposer des solutions pour combler les écarts.
- Assurer la conception et la mise en œuvre d'une démarche de gestion prévisionnelles des emplois et des compétences.
- Contribution à la formalisation et développement des processus métiers.
- Intégration dans le Système HR Access les données générées par les actes de gestions.

➤ **Service des Relations Socioprofessionnelle :**

Ce service est principalement chargé :

- Vieller à l'application des textes réglementaires à la convention collective et des règlements intérieurs.
- Contribuer à la conduite des changements par les actions préventives et veiller à la résolution des éventuels conflits dans les relations socioprofessionnelles.
- Formaliser les procédures de gestion des RH et assurer le contrôle de leur application.

3-1-2 Département Technique :

Dans le cadre de l'exploitation du réseau de télécommunications, ce département dirige et supervise l'encadrement technique, et veille à l'atteinte des objectifs fixes, au respect des normes techniques du réseau et la sécurité des équipements et du personnel.

3-1-3 Département finances :

Dans le cadre des normes et procédures comptables nationales et internationales, ce département assure l'analyse et le contrôle des états financiers, et garantit le traitement et l'enregistrement des écritures comptables créditrices et débitrices, ensuite il apporte un support en termes de pratiques comptables afin de garantir la fiabilité des opérations et des données comptables.

3-1-4 Département commercial :

Dans le cadre de la démarche satisfaction clients, ce département garantit l'analyse et le traitement des réclamations des clients, afin de contribuer à optimiser leur satisfaction et le niveau de qualité de services fournis.

Le département est composé de trois services animant les ACTELs placées sous son autorité.

3-1-5 Département patrimoine et moyens

➤ Service Achats :

Ce service assure la disponibilité des équipements, fournitures dans le respect des procédures et règles en vigueur et de souci constant d'optimisation de rapport qualité-service-coût, afin d'assurer la continuité du service dans les conditions les plus favorable, et principalement assurer la prospection du marché, constituer les dossiers d'achats et l'acquisition, participer à l'étude des offres, préparer les bons de commandes, les conventions et assurer la passation des commandes d'achats.

➤ Service logistique :

La mission principale de ce service est d'assurer la disponibilité des équipements et fournitures et veille au maintien en bon état des bâtiments et des moyens roulants, dans le respect des procédures et règles en vigueur et dans un souci constant d'optimisation du rapport qualité-service-coût, afin d'assurer la continuité du service dans les conditions les plus favorables.

3-2 les cellules d'AT :

➤ Reporting et Contrôle de Gestion :

Est principalement chargé de :

- Contribuer à la définition de programmes qualité d'AT en remontant l'information, en analysant les gains et performances escomptés et en préconisant les actions à développer.
- Apporter son analyse des résultats, et contribuer à éviter toute dérive des processus.
- Assurer le reporting des informations qu'il produit, proposer les mesures d'amélioration des outils de gestion et de suivi des données.

➤ Cabinet des Affaires Juridiques :

La cellule des affaires juridiques doit garantir la protection juridique d'Algérie Télécom, veiller et recouvrement des créances et des contentieux, garantir l'optimisation des polices d'assurance, assurer le suivi des sinistres survenus au niveau de son entité et veiller au règlement des actions juridiques.

➤ Service Hygiène et Sécurité :

Est principalement chargé de :

- Garantit la diffusion des procédures de sécurité des biens et des personnes d'Algérie Télécom auprès des collaborateurs et s'assurer du respect de ses règles par un contrôle régulier,
- Assurer les relations avec les organismes de sécurité externes, dans un souci de sécurisation et de respect des procédures internes.
- Contribuer la mise en œuvre de projets visant à améliorer l'hygiène et la sécurité des biens et des personnes d'AT et Assurer le reporting régulier de son activité vers sa hiérarchie.

➤ Support Système d'information(SI) :

La cellule support SI est principalement chargé de :

- Elaborer et proposer, en collaboration avec la division des systèmes d'informations. Un plan du travail annuel suivant la stratégie de SI de l'entreprise et en faire le suivi,

- Assurer le transfert technologique et la formation nécessaire aux utilisateurs des solutions SI pour l'accomplissement de leur travail.
- Assurer la sécurité en permanence de Système d'Information.
- Réaliser les analyses et les études du SI relative à l'évolution, la mise en place et au fonctionnement des outils logiciels.
- Garantit la confidentialité des informations obtenues et assure la communication des résultats de ses analyses à sa hiérarchie.
- **Cellule de Communication :**
 - Recenser, Analyser, et évaluer les informations internes et externes.
 - Rédiger, dans un souci de compréhension et de vulgarisation, des documents destinés à la presse et aux collaborateurs d'Algérie Télécom.
 - Elaborer le plan de communication en fonction des événements et de la cible, et des sujets.
 - Assurer la diffusion d'information et sa promotion au près des médias internes et externes, et garantir sa fiabilité.
 - Contribuer à la notoriété et à l'image de marque d'Algérie Télécom.

Section02: La démarche de réalisation de l'enquête :

Afin de pouvoir conformer ou infirmer les hypothèses de recherche, nous avons opté pour une étude descriptive et analytique, nous nous intéresserons à l'analyse des résultats qualitative Nous aborderons l'analyse des questionnaires remplis pour pouvoir mettre en place des profils type en fonction des effectifs.

1- Présentation de l'enquête :

Une enquête est définie comme étant : « *une technique consistant à obtenir des réponses fiables à un problème donné en recueillant l'information directement au près d'un échantillon* »¹.

Les objectifs de l'étude que nous avons menée peuvent être résumés en quatre (04) points :

- Identifier que le SIRH est une opportunité pour améliorer les fonctionnalités de GRH ainsi confirmée la communication de son client interne.
- Déterminer que les outils de communication interne informatisés peuvent renforcer les relations humaines au sein de l'entreprise
- Déterminer que le SIRH mise en place au sein d'Algérie Télécom a un impact important sur l'amélioration de la communication dans l'entreprise.
- La proposition des suggestions correctives éventuelles.

2- Le questionnaire :

Le questionnaire est défini comme étant « *un support standardisé utilisé pour produire et consigner l'information dans l'enquêtes quantitatives* ».

Le questionnaire utilisé dans cette étude se compose de 25 questions, regroupées en deux parties :

La première partie : cette partie regroupe des questions général sur les enquêtés, leurs sexe, âge, catégorie socioprofessionnels, et leurs ancienneté dans l'entreprise.

La deuxième partie : elle regroupe 14 questions qui se composent comme suite :

Les questions 1, 2, 3 basées sur le degré de connaissance des enquêtés du terme SIRH et de ses fonctionnalités au sein de l'entreprise Algérie Télécom.

¹ Encyclopédie Encarta, Microsoft, 2010.

Et les questions 4, 5 concernant l'utilisation des outils informatisés dans la gestion des ressources humaines, et la 6^{ème} question détermine le degré d'importance de l'informatisation de la GRH et l'utilisation du SIRH.

Les questions 7, 8, 9 ce sont des questions concernant la place de la communication interne et le type des outils le plus utilisées dans Algérie Télécom, et les questions 10, 11,12 concernant les besoins de l'information exprimés et les obstacles en matière de l'information diffusées dans l'entreprise.

Et 13^{ème} et 14^{ème} ce sont des questions concernant les suggestions et proposition des enquêtés sur l'amélioration de communication interne à travers le SIRH dans l'entreprise Algérie Télécom.

3- L'échantillonnage :

L'échantillonnage c'est une méthode statistique qui permet de choisir un groupe de personnes qui doit être représentatif de la population qui fait l'objet de l'enquête, de façon à pouvoir extrapoler les résultats obtenus a la population mère.

La population de notre enquête est constituée de l'ensemble des employés qui travaillent au sein de la DRH et supports SI.

Etant donnée le nombre élevé des travailleurs au sein de DRH et supports SI, la détermination d'un échantillon s'est avérée indispensable, ainsi que nous avons retenu un échantillon aléatoire au probabiliste composé de trentaine personnes auxquelles nous avons administré le questionnaire, sur les 35 questionnaires distribués, seuls 29 d'entre eux nous ont été restitués, soit 6 personnes qui n'ont pas répondu.

Section 03 : L'analyse des données et les résultats de l'enquête :

Dans cette section d'abord nous allons identifier les caractéristiques de l'échantillon, en suite nous analysons les différents réponses, et en fin en conclure par des résultats et des recommandations.

1- Identification des enquêtés : Cette fiche exprimé les caractéristiques de notre échantillon à savoir : le sexe, l'âge, la catégorie socioprofessionnelle et l'ancienneté.

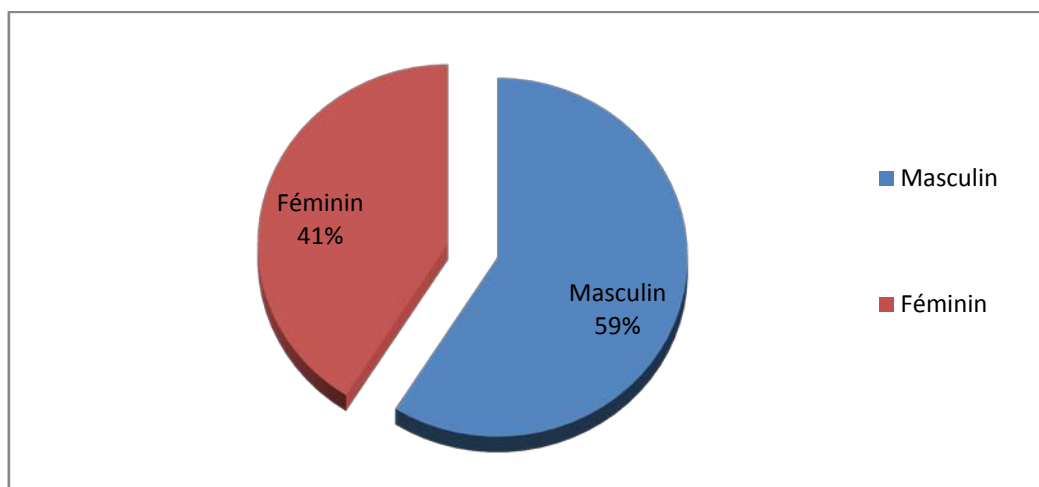
➤ **Sexe.**

Tableau n° 03 : La répartition de l'échantillon par sexe.

Sexe	Fréquence	Pourcentage
Masculin	17	59%
Féminin	12	41%
Total	29	100%

Source : élaboré par nous mêmes.

Figure n°07 : La répartition de d'échantillon par sexe.



Source : élaboré par nous-mêmes.

Commentaire :

Le tableau ci-dessus montre la répartition des enquêtés par genre, nous constatant que (59%) des interrogés sont des hommes et (41%) sont des femmes, donc en remarquons la prédominance des hommes dans cet échantillon.

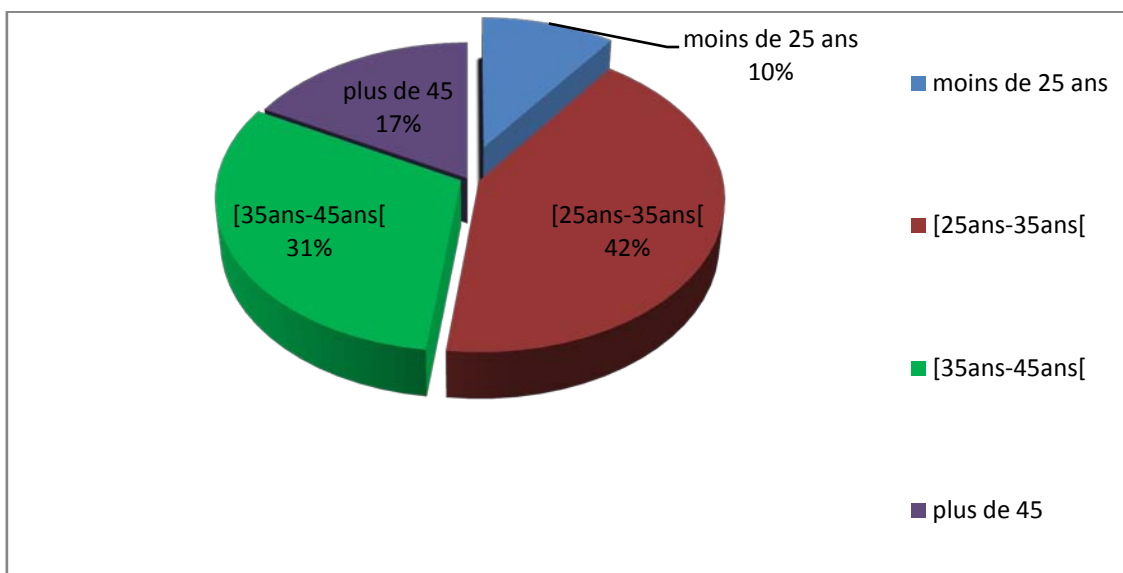
➤ Age

Tableau n° 04 : La répartition de l'échantillon par tranche d'âge

Age	Fréquence	Pourcentage
Moins de 25 ans	3	10%
[25 ans -35ans [12	42%
[35ans- 45 ans [9	31%
Plus de 45 ans	5	17%
Total	29	100%

Source : élaboré par nous mêmes.

Figure n°08: La répartition de l'échantillon par tranche d'âge.



Commentaire :

Le tableau ci-dessus nous montre que, la tranche d'âge la plus fréquente dans cet échantillon est celle située entre 25ans et 35 ans, ce qui nous amène à penser que l'effectifs majoritaire est compose des jeune gens. La catégorie 35ans-45ans se placé au second niveau.

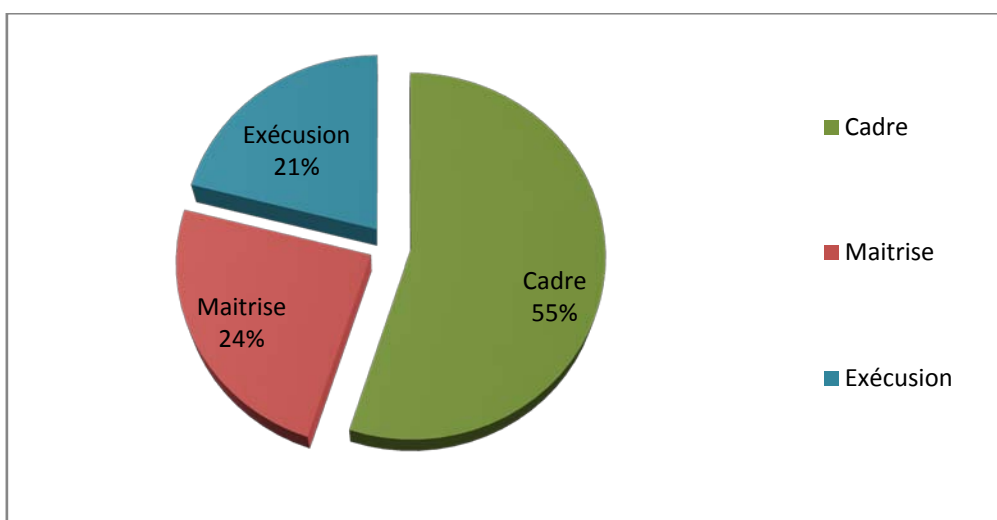
➤ **Catégories socioprofessionnelles :**

Tableau n° 05 : la répartition de l'échantillon par catégorie socioprofessionnelle.

Catégorie	Fréquence	Pourcentage
Cadre	16	55%
Maitrise	07	24%
Exécution	06	21%
Total	29	100%

Source : élaboré par nous-mêmes.

Figure n°09 : La répartition de l'échantillon par catégorie socioprofessionnelle.



Source : élaboré par nous mêmes.

Commentaire

Parmi les enquêtés qu'ont acceptés de bien vouloir remplir notre questionnaire, il y a 55% cadre et 24% agents de maitrise et 21% agents d'exécution, en remarquons la prédominance des cadres dans cet échantillon.

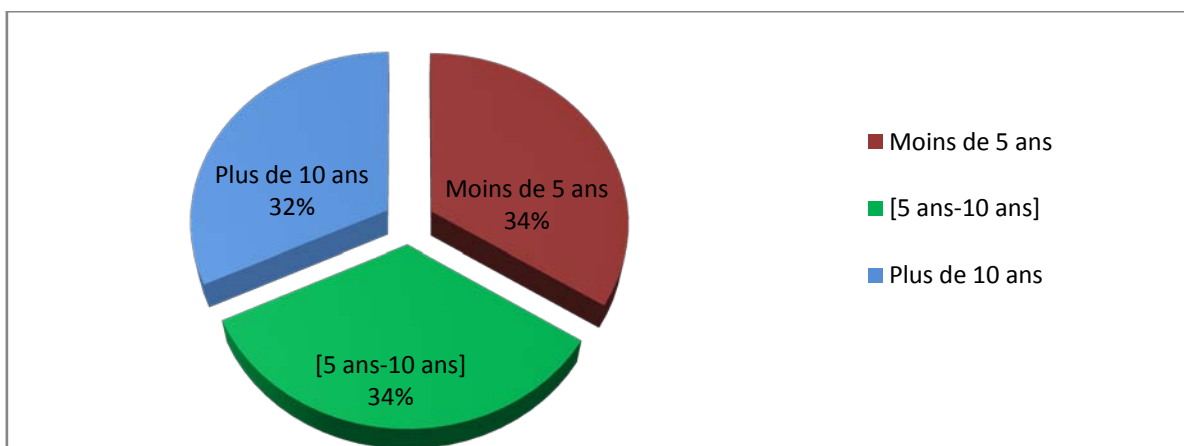
➤ L'ancienneté

Tableau n° 06 : La répartition de l'échantillon par niveau d'ancienneté.

Ancienneté	Fréquence	Pourcentage
Moins de 5 ans	10	34%
De 5ans – 10 ans	10	34%
Plus de 10 ans	09	32%
Total	29	100%

Source : élaboré par nous mêmes.

Figure n° 10 : La répartition de l'échantillon par niveau d'ancienneté.



Source : élaboré par nous mêmes.

Commentaire :

Nous montre que (34%) des enquêtés leurs ancienneté ne dépasse pas 5 ans, et (34%) leurs ancienneté varie entre 5 ans et 10 ans, et le reste des enquêtés (32%) qui sont travaillent au sein de l'entreprise depuis 10 ans.

L'ancienneté influe non seulement sur le comportement professionnel du salarié mais aussi sur son statut dans l'entreprise est sur ses aspirations, elle reflète également les fluctuations de la politique de recrutement adaptée par l'entreprise.

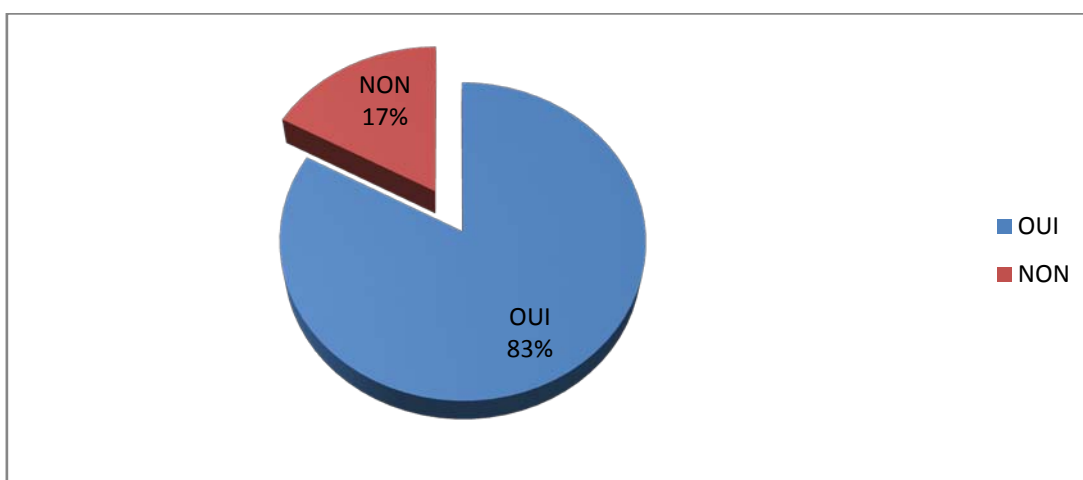
Question 01 : Connaissez vous le terme SI au bien SIRH ?

Tableau n° 07 : La connaissance du terme SIRH.

Réponse	Fréquence	Pourcentage
OUI	24	83%
NON	5	17%
Total	29	100%

Source : élaboré par nous mêmes.

Figure n°11 : La connaissance du terme SIRH.



Source :élaboré par nous mêmes.

Objectif: Question fermée dichotomique cette question consiste à savoir la connaissance des termes SI et SIRH.

Commentaire :

Nous pouvons remarquer que (17%) des enquêtés ne connaissaient pas du tout ces termes, alors ils utilisent un SIRH tout au long de la journée sans savoir que cet outil se nomme le SIRH.

Les autres personnes interviewées de (83%) des interviews, ils connaissent bien ces termes (SI, SIRH).

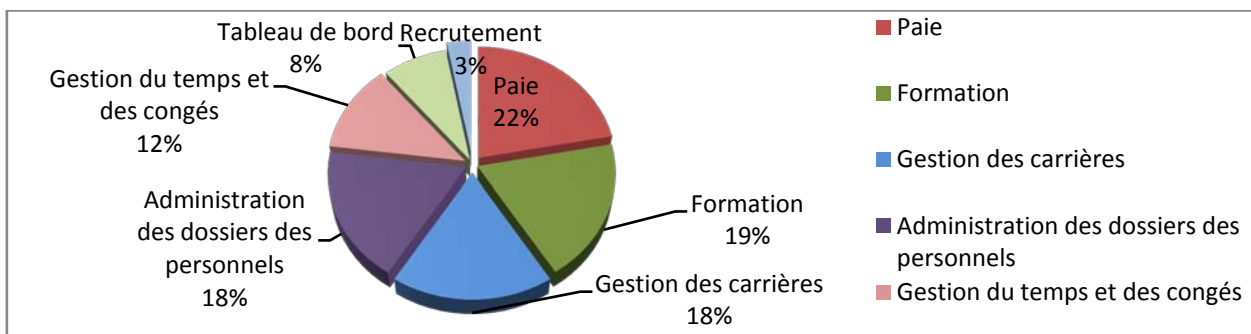
Question n° 02 : quels sont les fonctionnalités de votre SIRH ?

Tableau n°08 : Les fonctionnalités de SIRH.

Les fonctions	Fréquence	Pourcentage
Administration des dossiers des personnels	21	18%
Formation	23	19%
Tableau de bord	09	8%
Gestion des carrières	21	18%
Gestion du temps et des congés	14	12%
Recrutement	04	3%
Paie	26	22%
Total	118	

Source : élaboré par nous mêmes

Figure n°12 : les fonctionnalités de SIRH.



Source : élaboré par nous mêmes.

Objectifs : Question à plusieurs réponses permises, consiste à connaître les fonctionnalités de Système d'information au service des Ressources Humaines.

Commentaire :

A l'observation de ces résultats, il est possible de constater que la paie (22%), la gestion de la formation (19%), la gestion des carrières (16%) et l'ADP (16%) ce sont les fonctionnalités le plus répondu au bien les plus utilisés par le SIRH au sein de l'entreprise Algérie Télécom. Et déterminent que le tableau de bord (8%) et le recrutement (3%) qui sont très peu utilisées de SIRH dans l'entreprise.

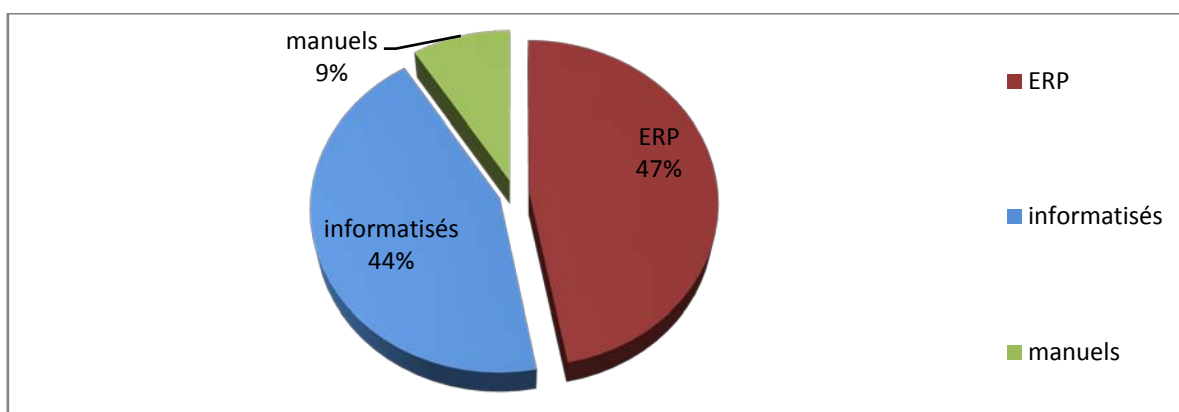
Question N°03 : Quel(s) Type de SI utilisez-vous dans la gestion des Ressources Humaines ? Plusieurs réponses permises.

Tableau n° 09 : les types de SIRH.

Les logiciels	Fréquence	Pourcentage
ERP	27	47%
Informatisé	25	44%
Manuel	5	9%
Total	57	100%

Source : élaboré par nous mêmes.

Figure n°13 : les types de SIRH.



Source : élaboré par nous mêmes.

Objectifs : Question à plusieurs réponses permises qui visent à savoir les types de SIRH qui sont utilisés Algérie Télécom.

Commentaire :

A l'observation de ces résultats, on détermine qu'Algérie Télécom utilise un SI pour GRH sous forme d'une ERP que (47%) et aussi informatisé (44%) que les enquêtés répondent, et l'utilisation d'un SI manuel (9%) et très peu utilisés.

Lesquels ?

Selon les réponses des enquêtés on constate qu'Algérie Télécom dispose d'un ERP nommé :

- **HR Access**, qui traite l'intégralité des fonctions des ressources humaines (la paie, la gestion des carrières, la formation, et ADP...). Ce système a été introduit dans le but d'adapter la fonction des ressources humaines aux nouvelles procédures du travail basé sur l'utilisation des moyens informatiques ainsi de décentraliser les tâches de la gestion des ressources humaines au niveau de l'entreprise.
- **Une base de données** : Elle permet de rechercher un livre ou une revue. la plupart d'entre eux existent sous une forme dématérialisée ;

D'après les réponses des enquêtes en constatent qu'AT dispose aussi d'un système informatisé sous forme des applications informatiques, elles comprennent :

- **Un Système d'exploitation des postes du travail** : Microsoft (Windows 2007 XP, XP PRO).

Des outils bureautiques tels que Microsoft Office 2007.

- **Un réseau internet** : Algérie Télécom implantée un réseau internet qui permet de relier les ordinateurs entre eux via un serveur, pour que ce dernier va gérer l'accès à Internet, les mails, les droits d'accès aux documents partagés et le travail collaboratif, chaque utilisateur du réseau se connecte avec un nom d'utilisateur et un mot de passe et est authentifié par le serveur, l'utilisateur peut accéder à ses données et au partage de fichiers.
- **Espace employés** : À partir de cet espace chacun peut être informé des droits et obligations liés à son statut ainsi que des prestations dont il peut bénéficier, accéder aux comptes rendus de ses évaluations et connaître sa notation administrative, faire évoluer sa carrière en prenant connaissance des concours administratifs et des offres d'emploi internes.
- **Un intranet** : qui fournit une plateforme de messagerie électronique, du travail collaboratif et de gestion documentaire.
- **Une FTP** : (protocole de transfert de fichiers), est un protocole de communication destiné à l'échange informatique de fichiers. Il permet, depuis un ordinateur, de copier des fichiers vers un autre ordinateur du réseau, ou encore de supprimer ou de modifier des fichiers sur cet ordinateur.

On a d'autres réponses des enquêtes affirmées que le fait des notes à la main des informations sur papier et classe des fichiers dans des classeurs pour archiver, reste indispensable pour accomplir leur travail et traiter et retrouver l'information au moment voulu.

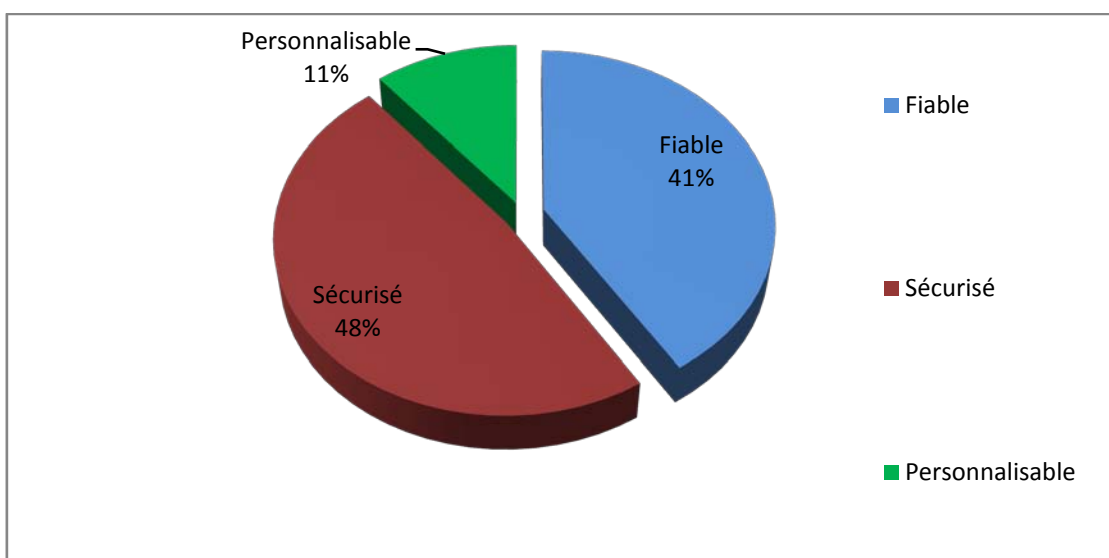
Question n° 04 selon vous choix ce SIRH et :

Tableau n°10 : la qualité de SIRH.

	Fréquence	Pourcentage
Fiable	15	51%
Sécurisé	11	38%
Personnalisable	03	11%
Total	29	100%

Source : élaboré par nous mêmes.

Figure n°14 : la qualité de SIRH.



Source : élaboré par nous mêmes.

Objectifs : Cette question consiste à connaître la qualité du système d'information des ressources Humaines que dispose Algérie Télécom.

Commentaire :

Selon les réponses obtenues, Algérie Télécom dispose d'un Système d'information fiable (51%), et sécurisé (38%) au service des Ressource Humaines, seul (11%) des enquêtés répondent que ce système et personnalisable.

Nous pouvons alors constater que la plupart des enquêtés cherchent d'un système fiable, et sécurisé.

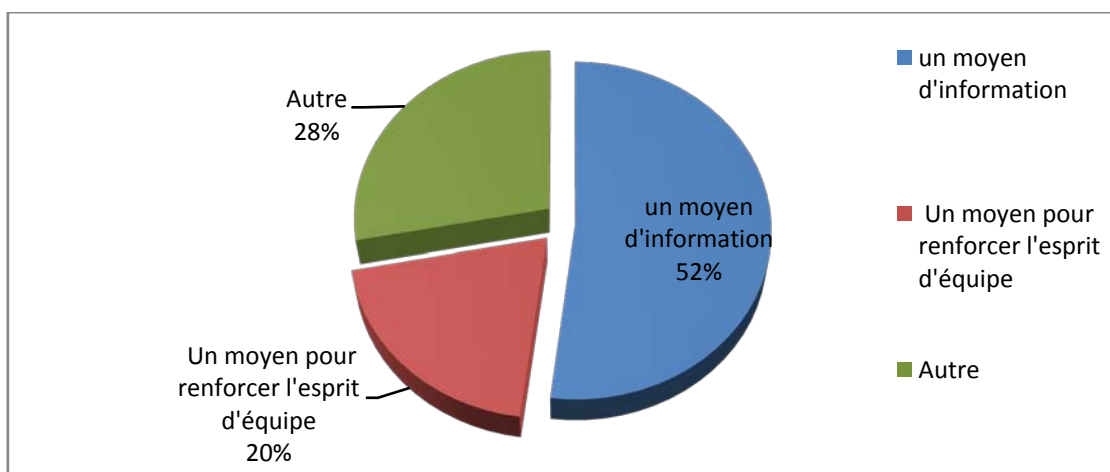
Question n° 05- quels est l'utilité de l'intranet dans votre entreprise ?

Tableau n°11 : L'utilité de l'intranet.

	Fréquence	Pourcentage
Un moyen d'information	15	52%
Un outil pour renforcer l'esprit d'équipe	06	20%
Autre	08	28%
Total	29	100

Source : élaboré par nous mêmes.

Figure n°15: L'utilité de l'intranet.



Source : élaboré par nous mêmes.

Objectifs : Question à une seule réponse permise qui vise à savoir l'utilité de l'internet dans l'entreprise.

Commentaire :

(52%) du personnel questionné affirment que l'utilité de l'intranet est un moyen d'information, (28%) pensent qu'une moyen pour renforcer l'esprit d'équipe, les 20% restant juge qu'un moyen de motivation.

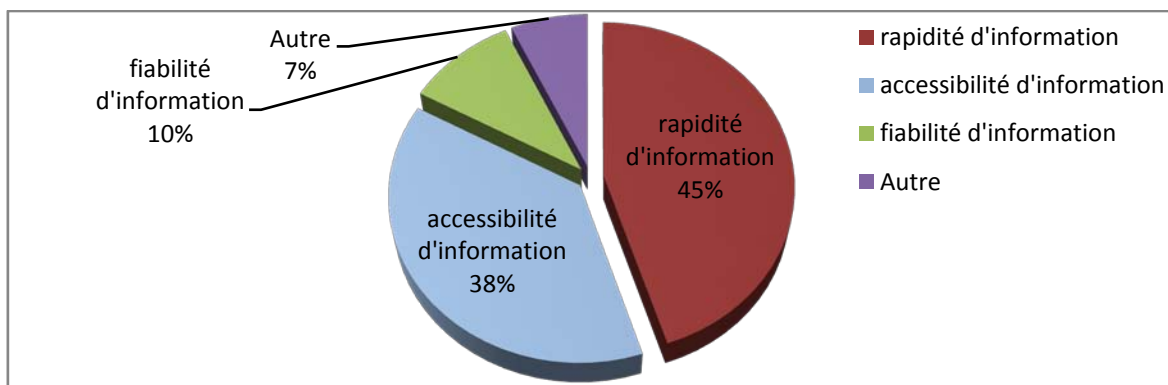
Question n° 06-quels sont l'apport de l'internet à la matière de l'information dans votre entreprise?

Tableau n°12 : l'apport de l'internet dans Algérie Télécom.

	Fréquence	Pourcentage
La rapidité de l'information	13	45%
L'accessibilité de l'information	11	41%
La fiabilité d'information	03	10%
Autre	02	7%
Totale	29	100%

Source : élaboré par nous mêmes.

Figure n°16 : L'apport de l'internet dans la diffusion de l'information.



Source : élaboré par nous mêmes.

Objectif : Question à une seule réponse permise, l'objectif de cette question est de situer le rapport de l'internet dans la diffusion de l'information.

Commentaire :

D'après les résultats obtenus nous notons que plus la moitié, (45%), (38%) qui signalent que l'apport de l'internet dans la diffusion de l'information c'est la rapidité de l'information et autre qui est l'accessibilité de l'information. À l'exception de (10%) de notre échantillon signalent de leurs coté que c'est la fiabilité de l'information, (7%) du total de l'échantillon signale de leurs côté d'autres rapport sans précision.

Question n°06 l'importance des objectifs de l'informatisation des ressources humaines au bien l'utilisation d'un SIRH :

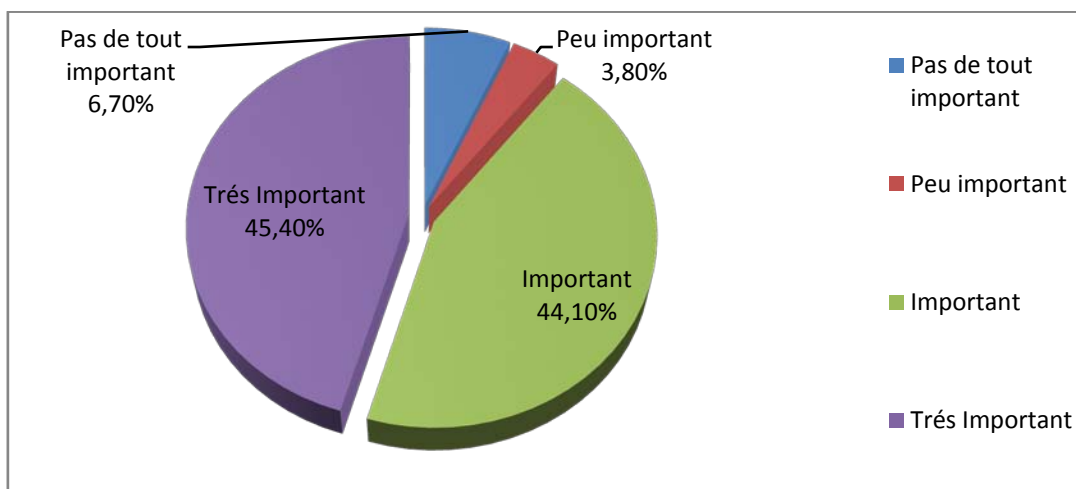
Attribuer un degré d'importance à chaque objectif :

Tableau n°13: l'importance de SIRH.

Les objectifs	Pas de tout important	Peu important	Important	Très important	Total
Améliorer l'efficacité du service RH	6,7%	3,8%	44,1%	45,4%	100%
Améliorer la communication entre les RH	13%	16%	57%	14%	100%
Réduction de nombre des documents papiers	8%	17,3%	51,5%	23,2%	100%
Permettre de chaque employé d'accéder à sa fiche du personnel	32,6%	21,4%	26,3%	9,7%	100%
Améliorer l'utilisation des données	3,3%	9,7%	53,7%	33,3%	100%
Améliorer la sécurité des données	4,6%	13,3%	45%	37,1%	100%

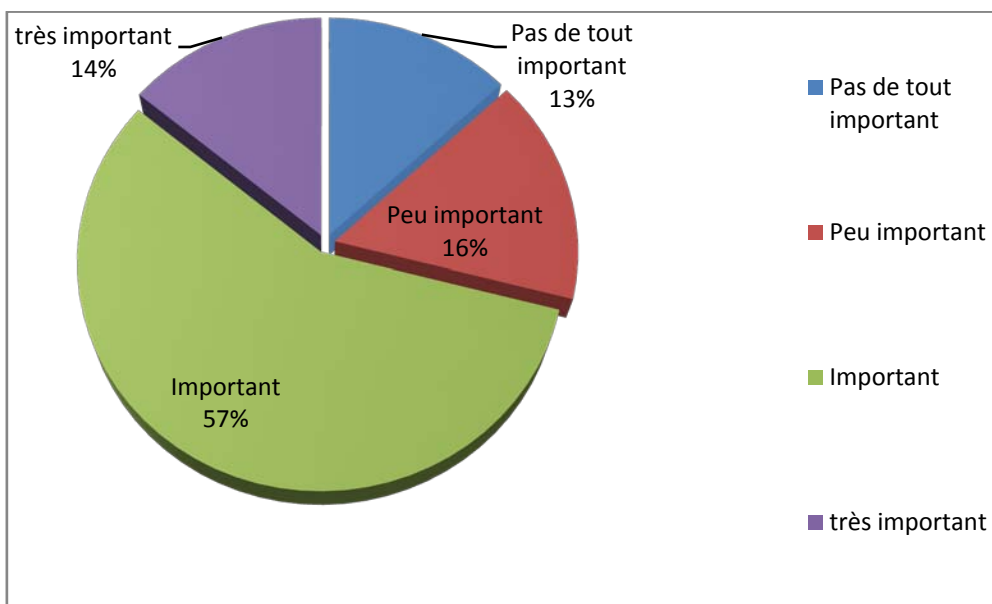
Source : élaboré par nous mêmes.

Figure n°17: Améliorer l'efficacité du service RH.



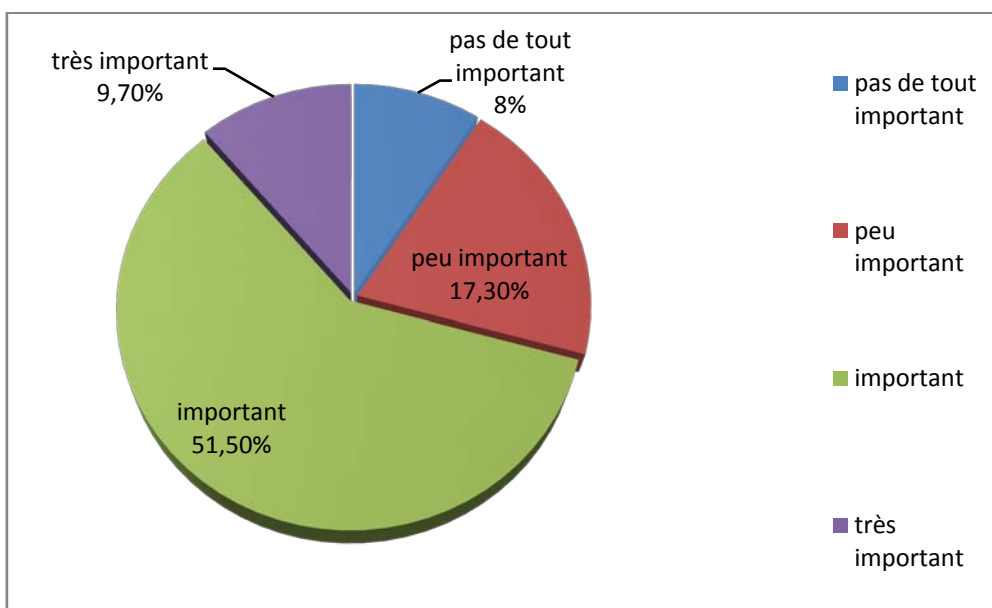
Source : élaboré par nous mêmes.

Figure n°18 : Améliorer la communication entre les RH.



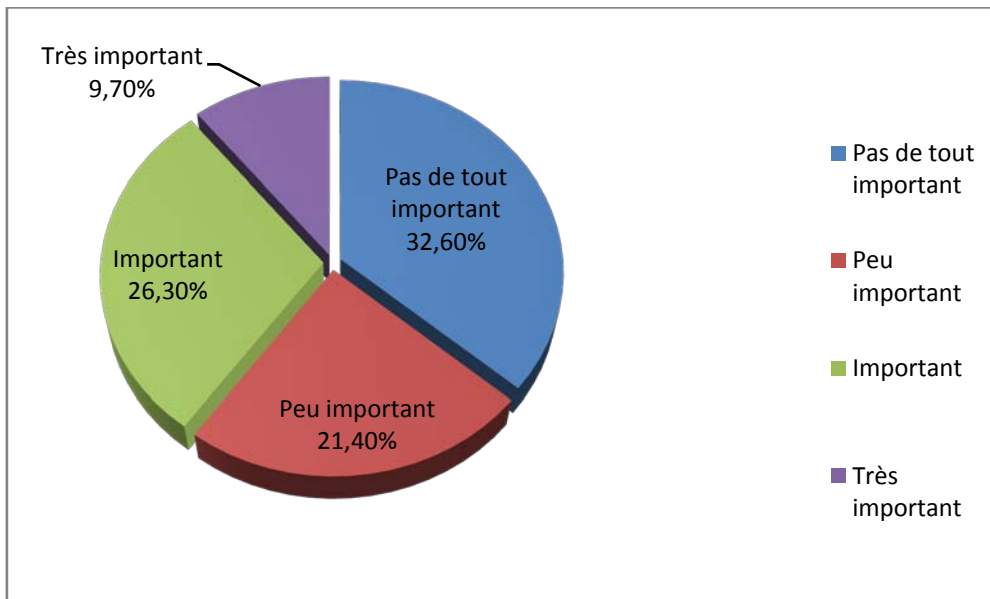
Source : élaboré par nous mêmes.

Figure n°19 : Réduction des nombre des documents papiers



Source : élaboré par nous mêmes.

Figure n°20: Permettre de chaque employé d'accéder à sa fiche du personnel



Source : élaboré par nous mêmes.

Objectif : Question à une seule réponse, sous forme d'échelle permet de mesurer le degré de l'importance des objectifs de SIRH.

Commentaire :

Nous pouvons citer l'objectif suivant : Permettre à chaque employé d'accéder à sa fiche personnelle, 26,6% des répondants lui ont accordé le degré « important » et 54% le degré « peu et pas de tout important ». La réduction d'effectif n'est donc pas la première chose voulue en mettant en place un système d'information des ressources humaines.

Les réponses concernant tous les autres objectifs, elles se différencient en fonction du degré d'importance : important et très important.

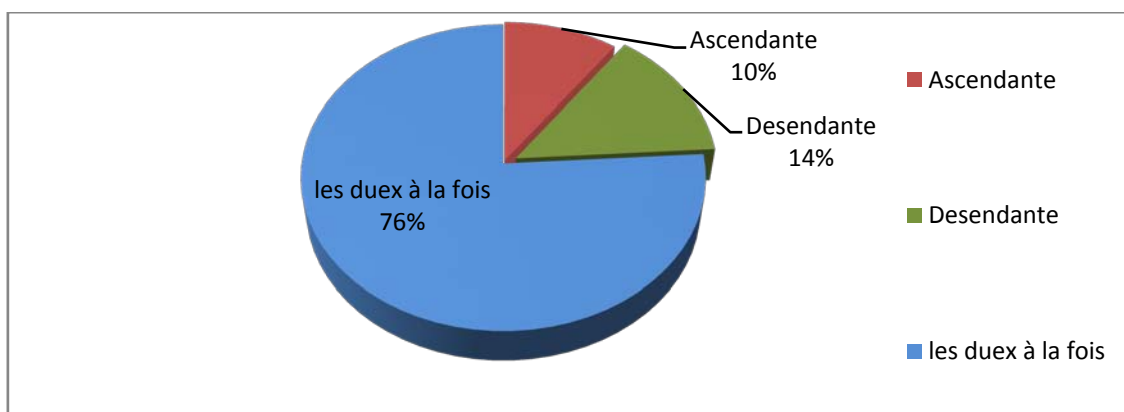
Question n°07 :D'après vous quels type de communication existe-t-elle dans votre entreprise ?

Tableau n°14 : Les types de Communication Interne.

Type	Fréquence	Pourcentage
Ascendante	03	10%
Descendante	04	14%
Les deux à la fois	22	76%
Total	29	100%

Source : élaboré par nous mêmes.

Figure n°21: Les types de Communication Interne.



Source : élaboré par nous mêmes.

Objectif : question à une seule réponse permise, cette question vise à déterminer le type de communication qu'il existe dans l'entreprise Algérie Télécom.

Commentaire :

Selon les résultats obtenus, 10% des enquêtés disent que l'information circule au sein de l'entreprise d'une manière Ascendante, ceux qui confirment les bonnes relations qui existe entre les chefs de services et leurs collaborateurs, et 14% disent que celle-ci circule d'une manière descendante, ils trouvent du mal à remonter l'information à son supérieurs, et 76% des interrogés affirment que les deux à la fois.

Ces résultats montrent que le type de communication interne existe dans Algérie Télécom c'est la communication transversale (ascendante et descendant).

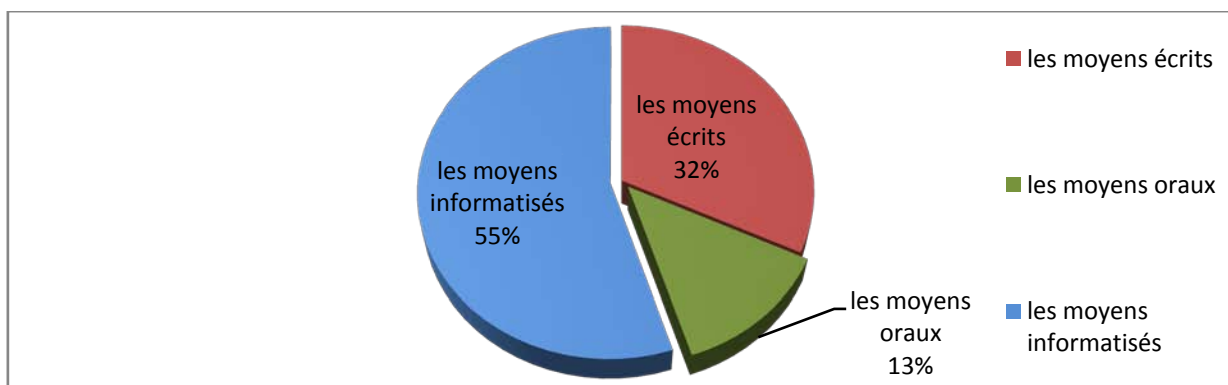
Question 08 : D'après vous quels sont les moyens de Communication Interne les plus utilisées par les RH ?

Tableau n°15 : Les moyens de CI les plus utilisés.

	Fréquence	Pourcentage
Les moyens écrits	15	32%
Les moyens oraux	6	13%
Les moyens informatisés	26	55%
Total	47	100%

Source : élaboré par nous mêmes.

Figure n°22: Les moyens de CI les plus utilisés.



Source : élaboré par nous mêmes.

Objectif : Question à plusieurs réponses permises, permet de connaître les moyens de la communication interne les plus utilisés dans Algérie Télécom.

Commentaire :

Selon le tableau, la majorité (55%) du personnels questionnés trouvent que les moyens les plus utilisés c'est les moyens informatisés, cependant (32%) des enquêtés disent que les moyens écrits, et les restes (13%) sont les moyens oraux. Ça veut dire que ces derniers ne sont utilisés que pour une partie du personnel.

A travers les résultats que nous avons obtenus, nous remarquons, qu'il ya une diversité des moyens pour transmission de l'information.

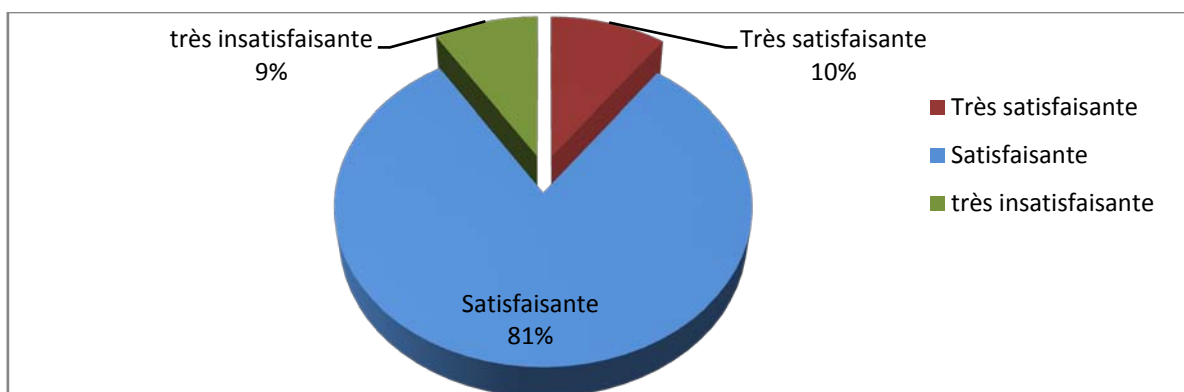
Question N°09 : selon vous, ces moyens de communication permettent-t-il de faire circuler l'information d'une manière :

Tableau n°16 : La circulation de l'information.

	Fréquence	Pourcentage
Très satisfaisante	3	10%
Satisfaisante	24	81%
Très insatisfaisante	2	9%
Total	29	100%

Source : élaboré par nous mêmes.

Figure n°23 : La circulation de l'information.



Source : élaboré par nous mêmes.

Objectif : Question à une seule réponse sous forme d'échelle permet de mesurer le degré de satisfaction de circulation de l'information au sein d'Algérie Télécom.

Commentaire :

L'information circulée au sein d'Algérie Télécom jugé satisfaisante que par (81%) des enquêtés et alors que (10%), (09%), trouvent la très satisfaisante, très insatisfaisante successivement.

Nous pouvons déduire que l'information dans l'entreprise Algérie Télécom, circule d'une manière satisfaisante.

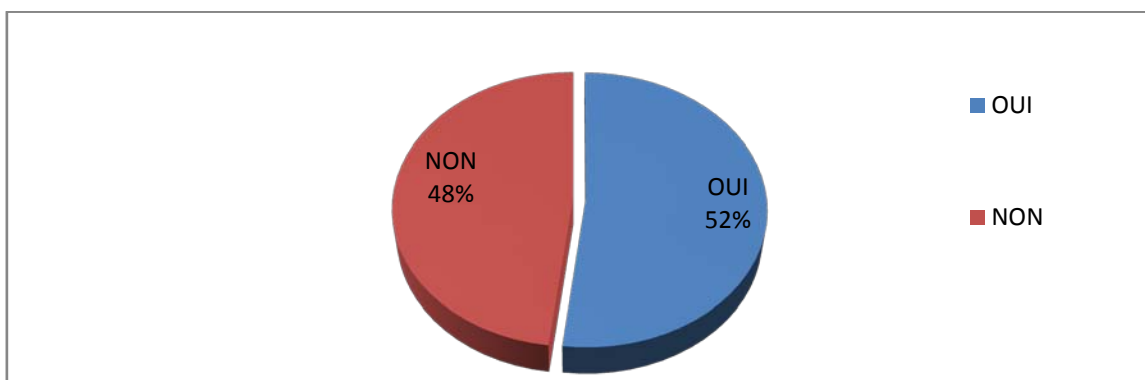
Question n°10 : Pensez-vous que l'information diffusée au sein de l'entreprise est suffisante pour accomplir leur travail ?

Tableau n°17 : La qualité de l'information.

	Fréquence	Pourcentage
OUI	15	52%
NON	11	48%
Total	29	100%

Source : élaboré par nous mêmes.

Figure n°24 : La qualité d'information.



Source : élaborer par nous mêmes.

Objectif : Question fermée dichotomique, vise à situer la qualité de l'information diffusée au sein d'Algérie Télécom, pour que ses clients internes accomplissent leur travail.

Commentaire :

Selon les résultats obtenus, nous remarquons que (52%) des enquêtés affirment que les informations circule dans l'entreprise est suffisamment pour effectuer leur travail. Néanmoins, 48% considèrent qu'il existe un déficit d'information dans l'accomplissement de leurs tâches.

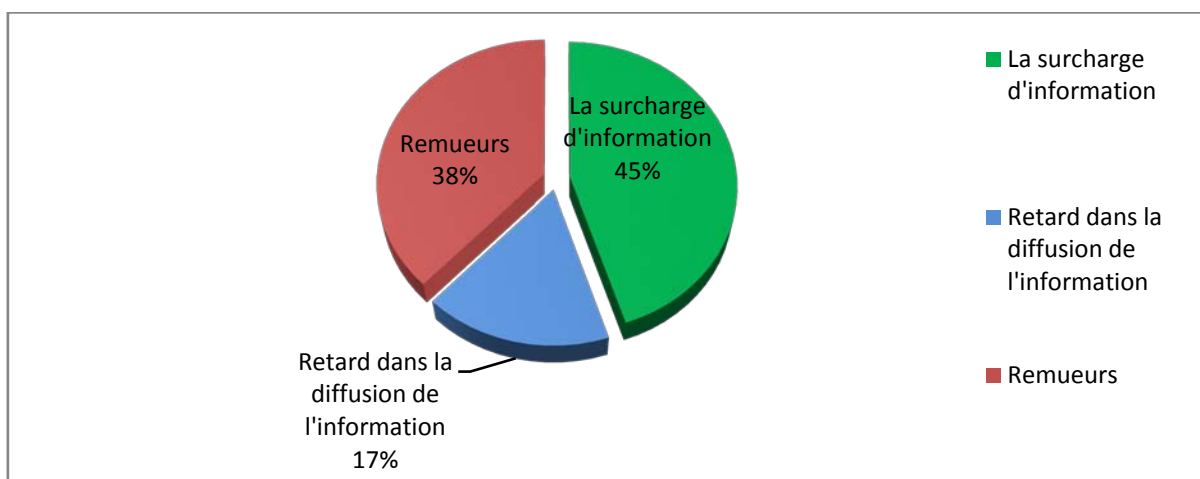
Question n°11 D'après vous quelles sont les obstacles en matière de l'information ?

Tableau n°18 : Les obstacles de communication interne.

	Fréquence	Pourcentage
Surcharge d'information	13	45%
Retard dans la diffusion de l'information	05	17%
Remueurs	11	38%
Total	29	100%

Source : élaboré par nous mêmes.

Figure n°25 : les obstacles de communication interne.



Source : élaboré par nous mêmes.

Objectif : cette question consiste à connaître les obstacles de communication interne en matière de l'information diffusée.

A travers les résultats obtenus, nous remarquons qu'une partie des enquêtés (45%), trouvent que la surcharge d'information, et nous percevons également (38%) des enquêtés estiment que les remueurs, les (17%) restant disent qu'il y'a un retard dans la diffusion de l'information.

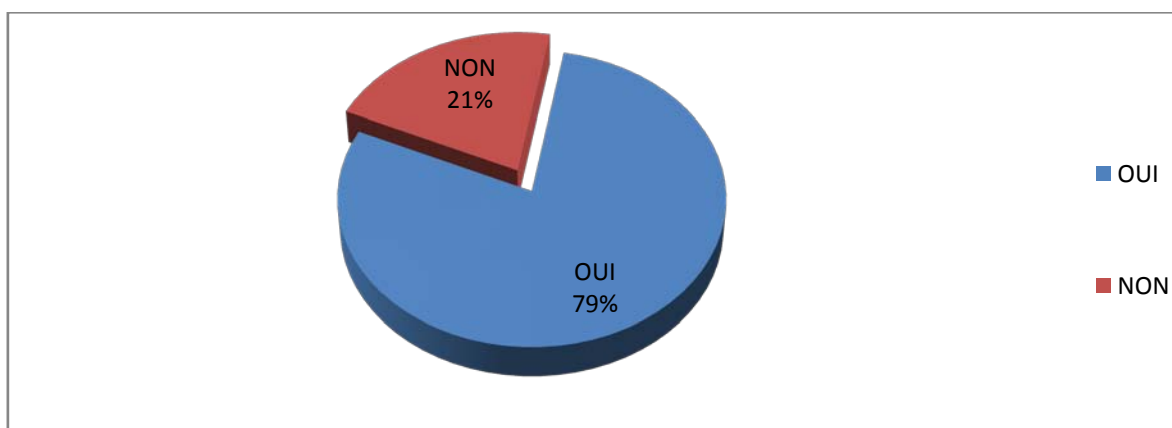
Question N° 12 D'après vous l'informatisation de la gestion des ressources humaines améliore-t-elle la communication interne de votre entreprise ?

Tableau n°19 :L'amélioration de CI à travers l'informatisation des ressources humaines.

	Fréquence	Pourcentage
Oui	6	79%
Non	23	21%
Total	29	100%

Source : élaborer par nous mêmes.

Figure n°26 : L'amélioration de CI à travers l'informatisation des ressources humaines.



Source : élaborer par nous mêmes.

Objectif : Question fermée dichotomique vise à savoir si l'informatisation des ressources humaines améliore-t-elle la communication interne dans l'entreprise.

Commentaire :

Selon les résultats obtenus on remarque que (79%) des interrogés affirment que l'information des ressources humaines, améliore la communication interne, néanmoins (21%) considèrent qu'il n'est pas vrai amélioration de communication interne par celle-ci.

Question N° 13 Afin d'améliorer la CI à travers un SIRH. Quelle est vos suggestions ?

Objectif : Question ouverte vise à récolter les recommandations et les améliorations de communication interne qui souhaitent voir les clients internes à travers le Système d'information des Ressources Humaines.

En points de vue des enquêtés, même si le SIRH est indispensable pour toutes entreprises, il reste qu'un outil qui ne décidera pas à la place des managers et ne lui fera pas connaître ses ressources humaines, même si l'entreprise informatise sa GRH en utilisant les NTIC elle ne pourra ignorer l'aspect humain, au bien la mauvaise exploitation de ses technologies. C'est-à-dire l'importance de la communication formelle avec les collaborateurs et les agents.

Et pour que cette communication claire et transparente la communication écrite et orale sont toujours nécessaire pour qu'on peut parler d'une information claire et fiable.

2- Analyse globale des résultats :

Les résultats de l'étude pratique réalisée au sein de l'entreprise Algérie Télécom ont montré une méconnaissance relative de SIRH de la part du personnel questionné, le terme est souvent confondu avec le SI, et certain personnels de l'entreprise pas encore formé de l'utilisation de ce système.

Le point positif qui ressort de notre enquête est que le SIRH est largement intégré dans le fonctionnement de la gestion des ressources humaines. Il est assez utilisé par la direction des ressources humaines, le pas à franchir est de passer d'une simple utilisation du système d'information des ressources humaines pour les tâches de routine (« la paie, la formation, la gestion des carrières...etc.), à une meilleure exploitation de cet outil en vue de s'initier l'évaluation des actions de communication interne, ce qui ne permet de mesurer la pertinence de l'information utilisée, et par conséquent de mesurer le feed-back des actions initiées,

3- Les recommandations :

Pour permettre à Algérie Télécom d'améliorer la communication interne à travers le SIRH, en vue d'optimiser sa gestion des ressources humaines et d'atteindre les objectifs escomptés, remédier à l'insuffisance, nous avons essayé de proposer quelques recommandations :

- Former au plus vite les utilisateurs de système pour bénéficier des avantages apportés par celui-ci.
- Profiter de l'outil intranet dont dispose l'entreprise pour assister les utilisateurs dans leurs usages de système.
- **Créer un outil de communication interne comme un véritable lieu de rencontre :** Le SIRH est un endroit où humains et informations se rencontrent. Il est donc essentiel que l'architecture et le design de SIRH soient optimaux.
- **Proposez de l'information générale :** Proposer ce genre d'information puisqu'il va attirer de la clientèle sur le SIRH dès ses premiers jours d'activité, centraliser les informations que les clients internes recherchaient ailleurs sur internet et faites-en un atout de votre intranet.

- **Préserver l'information cruciale** : N'hésiter pas à bouleverser légèrement les habitudes de chacun pour le bien de tous, les talons de paie sont actuellement remis en main propre, rendre-les uniquement accessibles sur le SIRH. Cela encouragera vivement les clients internes à aller régulièrement sur celui-ci pour les récupérer et ainsi voir ce qui s'y passe.

Conclusion Générale

Conclusion générale :

Dans le cadre de ce mémoire, nous avons essayé à travers notre recherche de répondre globalement et aussi largement que possible sur les aspects de SIRH et son impact sur la communication interne de l'entreprise, nous espérons que nous avons pu cerner notre sujet et avons également touché aux points essentiels qui pourront servir à mettre le lien entre le Système d'Information des Ressources Humaines et la communication interne.

Afin de mener à bien ce travail de recherche, nous avons commencé ce mémoire par une revue de littérature pour expliquer les différents concepts tels que le système d'information et les ressources humaines enfin de pouvoir arriver à définir le système d'information des ressources humaines. Le rôle du SIRH mis en valeur par notre travail consiste à alimenter les différents services des ressources humaines dans leur travail au quotidien, nous avons étudié ses différentes composantes et fonctionnalités, mais pour comprendre comment fonctionne le SIRH, nous avons examiné en quoi et comment il peut être un atout dans l'amélioration de la communication interne de l'entreprise.

Dans un deuxième temps, nous nous sommes intéressés à la méthodologie suivie pour mener notre enquête par questionnaire, nous avons construit notre échantillon en collaboration avec la DRH et la cellule système d'information au sein de l'entreprise Algérie Télécom, ensuite, nous avons mené un package d'explication aux employés interrogés autour des différents thèmes et questions abordées dans le questionnaire.

Pour mener cette enquête, nous avons procédé par étape, élaborer un questionnaire en lien avec nos interrogations, choisir le support approprié à sa diffusion, diffuser le questionnaire en bénéficiant de partenariat, enfin analyser les réponses obtenues. Effectivement, nous nous sommes posés au départ de cette recherche, la question de savoir, la contribution de SIRH à l'amélioration de la communication interne de l'entreprise, en tenant compte de trois (03) hypothèses. A cet effet, la recherche documentaire et les résultats de notre enquête nous ont conduits à confirmer notre première hypothèse.

Le SIRH est une solution informatique pour améliorer certains services de la GRH (gestion de carrière, et gestion de mobilité, gestion des talents, formation, la paie...) ainsi confirmant la communication de son client interne.

La seconde hypothèse à savoir :

- Les outils de la communication interne informatisés peuvent renforcer les relations humaines au sein de l'entreprise. Et également confirmée.

En ce qui concerne la troisième hypothèse à savoir :

- Le SIRH mise en place au sein d'Algérie Télécom a un impact important sur l'amélioration de la communication interne, nous infirmons cette hypothèse car bien que, Algérie Télécom approuvé beaucoup d'efforts dans ce domaine, cependant il y a beaucoup d'insuffisances et dysfonctionnements, qui sont dus principalement d'une stratégie n'est pas claire de communication interne permettant d'améliorer par le SIRH.

Enfin notre travail comme tout travail scientifique ne s'est pas déroulé sans contraintes, la principale renvoie à l'installation récente du système au niveau de Algérie Télécom « DOT Mila », et la difficulté d'apprécier l'objectivité des réponses.

Ce travail de recherche s'est révélé très intéressant car il m'a permis d'étudier en profondeur ce sujet, mais aussi permis d'interroger et échanger avec des professionnels et des éditeurs de logiciels RH et m'a apporté des nouvelles connaissances très enrichissantes, même si ce dernier demande beaucoup de temps dans son élaboration, je suis satisfaite d'avoir mené ce travail de recherche à terme.

Bibliographie

Bibliographie

1- Ouvrage :

ALMEIDA (N) et LIBAERRT (T): *communication interne de l'entreprise*, 3ème édition, Edition DUNOD, Paris 2002.

ANGOT (H.) : *Le système d'information de l'entreprise : analyse théorique des flux d'information et cas pratique*, 4^{ème} édition Boeck, Bruxelles, 2002.

ARCAND (R) et BOURDEAU (N): *La communication efficace: de l'internationaux moyens d'expression*, les éditions CEC.INC, Paris, 1998.

AUBERT(N), *Diriger et motiver*, éditions d'organisation, Paris, 2006.

BLANCHOT(F), WACHEUX (F) : *e-GRH : révolution ou évolution ?* , Editions Liaison, Rueil-Malmaison, 2002.

BOURNOUS (F), ROJOT (J), et SCARINGELLA (J-L) : *RH les meilleures pratiques des entreprises du CAC40*, Edition d'organisation, paris, 2003.

DEMONT (L) et autres: *la communication des entreprises: stratégie et pratique*, Editions NATHAN, Paris, 1995.

DETRIE (PH) et MESLIN-BROYEZ (C) : *La communication interne au service du management*, Editions LIAISON, Paris, 2001.

GILLET (M), GILLET (P) : *SIRH : Système d'information des ressources humaines*, Edition DUNOD, Paris, 2010.

JUST (B) : *Pas de DRH sans SIRH*, édition liaison, 2010, P.14.

KOTLER(P), DUBOIS(B), *Marketing Management*, 13^{ème} édition Person Education, Paris, 2009.

LANDOU (K.) et LANDOU (J.) : *Les systèmes d'information de gestion : Organisations et réseaux stratégiques*, édition Pearson Education, Paris, 2000.

MOREL (P) : *La communication d'entreprise*, édition VUIBERT, Paris, 2000.

NGUYEN-THANH (F) : *La communication une stratégie au service de l'entreprise*, 2dition ECONOMICA, Paris, 1991.

NICOL(A), THIERRY(L) : *La communication interne des l'entreprises*, Edition DUNOD 7^{ème} édition, Paris, 2014.

O'BRIEN(J) : *le système d'information de gestion*, Edition de Boeck Université, Montréal, 1995.

PASTOR (P) et BREAD (R): *les treize clés du manager*, Edition LLAISON, Paris, 2003.

REIX(R) : *Système d'information et management des organisations*, 3^{ème} édition Vuibert, paris, 2000.

SILVA (F) : *Entre e-DRH*, Editions liaisons, Paris, 2008.

VIDAL(P), PLANEIX(PH) : *Systèmes d'informations organisationnels*, édition Pearson Education, Paris, 2005.

2- Article

MARREC (A), *Le TIC TAC TOE de la GRH*, *Télescope*, Revue d'analyse compare en administration publique, n°2, Mai 2005.

TANNENBAUM (S.I): *Human Resource Information Systems: User Group Implications*, *Journal of Systems Management*, n°41.P:143.

3- Dictionnaires, encyclopédies :

Le petit Larousse : dictionnaire encyclopédie, édition LAROUSSE, Paris, 2010.

4- Travaux universitaire :

OPHELIE-CASTILLO, *Le Système d'Information des Ressources Humaines au sein des Petites et Moyennes Entreprises*, Mémoire de fin d'études 1ère année de Master Management Stratégique des Organisations, Université de Reims Champagne-Ardenne, 2012.

Dr CHIRIF, *support de cours, communication interne de l'entreprise*, Ecole des Hautes Etudes Commerciales EHEC, 2014. P. 6.

5- Web graphie

<http://www.marketingetudiant.fr/http://autoformation.u.a.f.unblog.fr/files/2012/10/communication-interne.pdf>, (consulté 03/05/2015, 10 :45).

http://jc.bordichini.free.fr/A53-1/co/S53-1-2-Caract_qualites_%26_fonctions_info.html, (consulté 13/07/2015, 23 :14).

<http://www.journaldunet.com/management/expert/19741/la-contribution-des-rh-a-la-creation-de-valeur---quelle-place-pour-le-sirh.shtml>, (publier le 04/12/2007 consultée le 23/08/2015).
<http://www.marketingetudiant.fr/http://autoformation.u.a.f.unblog.fr/files/2012/10/communication-interne.pdf>, (consulté 03/05/2015, 14 :35).

<http://www.strategie-aims.com/events/conferences/4-xxeme-conference-de-l-aims/communications/1241-strategie-de-communication-interne-et-succes-des-projets-erp/download> (consulté le 20/08/2015).

Les annexes

Ecole des hautes études commerciales d'Alger

Questionnaire

Dans le cadre de l'élaboration d'un travail de recherche ayant pour thème : « le système d'information des ressources humaines (SIRH) en tant que facteur d'amélioration de la communication interne de l'entreprise. Etudes de cas : Algérie Télécom », pour l'élaboration d'un mater en sciences commerciales, et parce que vous opinions ont la plus haute importance dans le succès de l'étude, nous espérons que vous répondre à ce questionnaire, et nous vous assurons que ces informations resteront confidentielles.

1-Sexe

-Masculin

-Féminin

2-Age

-Moins de 25 ans

-25 ans – 35 ans

-35ans- 45 ans

-Plus de 45 ans

3- catégorie socioprofessionnelle

-Cadre

-Métrise

-Exécution

-Expérience dans l'entreprise

-Moins de 3 ans

-De 3 ans à 5 ans

-De 5 ans à 10 ans

-Plus de 10 ans

1- Connaissez vous le terme SI au bien SIRH ?

OUI

NON

2-Quels sont les fonctionnalités de votre SIRH ?

- Administration des dossiers du personnel
- Formation
- Tableau de bord
- Gestion de carrière
- Recrutement
- Paie

3-Quel(s) Type de SI utilisez-vous dans la gestion des Ressources Humaines ?

- ERP
- Informatisé
- Manuel

Lesquels ?.....

4- selon vous choix ce SIRH et :

- Fiable
- Sécurisé
- Personnalisé

5- quels est l'utilité de l'intranet dans votre entreprise ?

- Un moyen d'information
- Un outil pour renforcé l'esprit d'équipe
- Autre.....

6-Quels sont l'apport de l'internet à la matière des ressources humaines ?

- La rapidité de l'information
- L'accessibilité de l'information
- La fiabilité d'information
- Autre.....

7- L'importance des objectifs de l'informatisation des ressources humaines au bien l'utilisation d'un SIRH :

Les objectifs	Pas de tout important	Peu important	Important	Très important	Total
Améliorer l'efficacité du service RH					
Améliorer la communication entre les RH					
Réduction de nombre des documents papiers					
Permettre de chaque employé d'accéder à sa fiche du personnel					
Améliorer l'utilisation des données					
Améliorer la sécurité des données					

8- D'après vous quel type de communication existe-t-elle dans votre entreprise ?

- Ascendante
- Descendante
- Les deux à la fois

9- D'après vous quels sont les moyens de Communication Interne les plus utilisées par les RH ?

- Ecrits
- Oraux
- Informatisés

10- selon vous, ces moyens de communication permettent-t-il de faire circuler l'information d'une manière :

- Très satisfaisante
- Satisfaisante
- Très insatisfaisante

11- Pensez-vous que l'information diffusée au sein de l'entreprise est suffisante pour accomplir leur travail ?

OUI NON

12- D'après vous quelles sont les obstacles en matière de l'information ?

- surcharge d'information
- Retard dans la diffusion de l'information
- Remueurs

13- D'après vous l'informatisation de la gestion des ressources humaines améliore-t-elle la communication interne de votre entreprise ?

-OUI -NON

Question N° 14 Afin d'améliorer la CI à travers un SIRH. Quelle est vos suggestions ?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Tableaux de matière

Résumé français	
Résumé Arabe	
Dédicace	
Remerciement	
Liste des abréviations	
Liste des figures	
Liste des tableaux	
Sommaire	
Introduction générale.....	01
Chapitre01 : le système d'information des ressources humaines.....	05
Section 01 : les notions de base de système d'information(SI).....	05
1- Les concepts de base de système d'information.....	05
1-1 les définitions de système d'information.....	05
1-2 les ressources de système d'information.....	06
1-2-1 les personnes.....	06
1-2-2 les matériels.....	06
1-2-3 les logiciels.....	07
2- Les fonctions de Système d'information.....	07
2-1 L'entrée des données.....	08
2-2 Le traitement des données.....	09
2-3 La sortie des produits d'information.....	09
2-4 La rétroaction des données.....	09
2-5 L'intermédiation des données.....	09
1- Les types de Système d'information.....	10
3-1 Les différents niveaux des systèmes d'informations selon les niveaux organisationnels.....	10
3-1-1 Les systèmes opérationnels.....	10
3-1-2 Les systèmes du management opérationnel.....	10
3-1-3 Les systèmes d'information stratégiques.....	11
3-2 Les quatre principaux types de systèmes d'information.....	11
3-2-1 Systèmes de traitement des transactions.....	11
3-2-2 Systèmes d'information de gestion.....	12
3-2-3 Systèmes d'aide à la décision.....	12

3-2-4	Système d'information pour dirigeants.....	12
-------	--	----

Section 02 : le système d'information de ressources humaines comme un système d'information fonctionnel.....14

1-	le contexte d'évolution de SIRH.....	14
1-1	L'évolution de la Gestion des Ressources Humaines au fil du temps.....	14
1-2	L'informatisation de la fonction Ressources Humaines.....	15
2-	les définitions et les caractéristiques du SIRH.....	16
2-1	les différentes définitions.....	16
2-2	Les caractéristiques du SIRH.....	17
2-2-1	Les informations de RH.....	17
2-2-2	Le portail RH.....	17
2-2-3	L'automatisation et l'intégration.....	18
2-2-4	Les facteurs clés de succès.....	19
3-	les types de SIRH.....	20
3-1	Les systèmes manuels.....	21
3-2	Les systèmes informatisés.....	21
3-3	Les systèmes intégrés (ERP /PGI).....	21

Section 03 : les fonctionnements de SIRH.....22

1-	les fonctionnalités de SIRH.....	22
1-1	Les aspects opérationnels du SIRH.....	23
1-1-1	La gestion d'administration du personnel.....	23
1-1-2	La gestion des temps et des activités.....	24
1-1-3	La gestion de la paie.....	24
1-2	Les aspects décisionnels du SIRH.....	25
1-2-1	La GPEC.....	25
1-2-2	Le pilotage et le contrôle de gestion sociale.....	25
2-	Les enjeux de SIRH.....	26
2-1	Optimisation des processus RH.....	26
2-2	Mondialisation.....	26
2-2	Centralisation des données.....	26
2-3	Responsabilisation des personnels.....	26
2-4	Politique de transparence.....	26
2-5	Intérêt recherché.....	26
2-6	La performance.....	27
2-7	Recentrage de la fonction RH.....	27
3-	L'apport et les objectifs de SIRH.....	27
3-1	L'apport de SIRH dans l'entreprise.....	27
3-1-1	La vitesse de mise en application de pratiques à forte valeur ajoutée.....	27

3-1-2	Les économies de fonctionnement.....	27
3-1-3	La capacité de mesure.....	27
3-2	Les finalités du SIRH	28
Chapitre02 : la communication interne de l'entreprise.....		31
Section 01 : la communication globale de l'entreprise		31
1-	La définition et les caractéristiques de la communication	31
1-1	Définition de communication.....	31
1-2	les caractéristiques de communication.....	32
1-2-1	La cohérence de la communication.....	32
1-2-2	La communication et l'entreprise comme système.....	32
1-2-3	La communication et l'identité de l'entreprise.....	32
2-	Les processus de la communication.....	33
2-1	les champs de communication.....	34
2-1-1	La communication et le marché.....	34
2-1-2	La communication institutionnelle.....	34
2-1-1	La communication financière.....	34
2-2	Les composantes de communication.....	35
2-2-1	L'émetteur.....	35
2-2-2	Le codage.....	35
2-2-3	le message.....	35
2-2-4	le canal.....	35
2-2-5	le décodage.....	35
2-2-6	le récepteur.....	35
2-2-7	le feed-back.....	35
3-	Les types de communication au sein de l'entreprise.....	35
3-1	communication externe.....	36
3-2	la communication interne.....	37
Section02 : la Communication interne dans l'entreprise.....		37
1-	Généralité sur la communication interne.....	37
1-1	les définitions de communication interne.....	37
1-2	les objectifs de communication.....	38
2-	Les types de communication interne.....	38

2-1 La communication descendante.....	38
2-2 La communication ascendante.....	39
2-3 La communication transversale.....	39
3- Les moyens de communication interne.....	39
3-1 les moyens écrits.....	40
3-2 les moyens oraux.....	42
3-3 les moyens informatique et audiovisuel.....	44

Section 03 :l'amélioration de la communication interne à travers le

SIRH.....	46
1- La communication interne et l'information dans l'entreprise.....	46
1-1 La définition de l'information.....	46
1-2 Les caractéristiques de l'information.....	47
1-3 La place de l'information dans l'entreprise.....	48
2- La stratégie de communication interne.....	48
2-1 L'élaboration d'un plan de communication interne.....	49
2-1-1 Un plan de communication interne pour quoi faire.....	49
2-1-2 Définir le contexte général.....	49
2-1-3 Fixé l'objectifs.....	49
2-1-4 Rédiger le message.....	49
2-1-5 Choisir les moyens.....	50
2-1-6 Elaborer un calendrier d'exécution.....	50
2-1-7 Evaluer les résultats.....	50
2-2 Les obstacles de communication interne.....	50
2-3 Les objectifs de plan de communication interne.....	50
3- L'amélioration de la communication interne.....	51
3-1 La contribution de SIRH dans l'amélioration de la communication interne.....	52
3-2 Développer les interactions sociales au sein de l'entreprise.....	53

Chapitre 03 : analyse de SIRH en tant que facteur d'amélioration de la CI /cas Algérie Télécom.....55

Section 01 : présentation de l'entrepriseAlgérie Télécom.....	55
1- Historique.....	55
2- Les missions et les objectifs d'Algérie Télécom.....	56
3- L'organisation d'Algérie Télécom.....	56

Section 02 : la démarche d'enquête.....	67
1- Présentation de l'enquête.....	67
2- Le questionnaire.....	67
3- L'échantillonnage.....	68
Section 03 : l'analyse des données et les résultats.....	69
1- Identification des enquêtés.....	69
2- Analyse globale des résultats.....	83
3- Les recommandations.....	87
Conclusions générale.....	90
Bibliographie	
Annexes	
Table des matières	