

UNIVERSITÉ ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA
FACULTÉ DES SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES
DÉPARTEMENT DES SCIENCES SOCIALES

MÉMOIRE DE FIN DE CYCLE

En vue de l'obtention du diplôme de Master en sociologie
Option : Sociologie de Travail et des Ressources Humaines

Thème

L'impact des nouvelles technologies de l'information
et de la communication sur l'organisation de l'entreprise

Cas pratique : Entreprise CEVITAL-Bejaïa

Réalisé par :

M^{elle} ROUHA Samira

M^{elle} SEHILA Nawal

Encadré par :

M^r BARKA Cherif

Année Universitaire

2013-2014

Remerciements

Au terme de ce modeste travail, nous tenons à remercier DIEU le tout puissant de nous avoir donné la force et la patience pour mener ce travail à terme.

Un chaleureux remerciement à notre promoteur M^{er} BARKA pour ses précieuses orientations.

Notre remerciement ira aussi à M^{er}. HATRIE pour ses aides durant notre enquête dans l'entreprise CEVITAL

Merci à tous ceux qui nous ont aidés de près ou de loin pour l'achèvement de ce travail.

NAWAL & SAMIRA

Dédicace

Je remercie dieu de m'avoir donné le courage et la volonté pour faire ce modeste travail qui est le fruit d'un grand effort, que je dédier à :

Ma très chère mère, à qui je témoigne ma profonde gratitude et reconnaissance pour son aide précieuse et son sacrifice, je prie dieu du la protégé, et aussi mon père et à :

- ✓ *Mes très chères sœurs : Karima et ces garçons Lounis et Rayan et Souhila et sa fille Ahlam et Dalila et ces garçons Oualid, Ayman, Issam et Imad.*
- ✓ *Mes très chères frères : Khaled et sa femme Lamia et leur enfants Abdeslam, et Doudin et sa femme Nagiba, et aussi Souhil et Youssef.*
- ✓ *Mes cousins et cousines*
- ✓ *Mes amis : Salim, Kahina, Salima, Abida, Nadjatte,*
- ✓ *Ma binôme : Nawal*

À tous ceux qui ont marqué leurs existences, et à tous ce qui m'ont aidé de près ou de loin.

SAMIRA

Dédicace

Je remercie dieu de m'avoir donné le courage et la volonté pour faire ce modeste travail qui est le fruit d'un grand effort, que je dédier à :

Mes chers parents, à qui je témoigne ma profonde gratitude et reconnaissance pour leurs aides précieuses, leur sacrifice, je prie dieu de les protéger.

- ✓ *Mes très chères sœurs : djahida, Lamia, Sabrina*
- ✓ *Mon frère : Mourad*
- ✓ *Mes cousins et cousines.*
- ✓ *Mes amis sans exception.*
- ✓ *Ma binôme : Samira .*

À tous ceux qui ont marqué leurs existences, et à tous ce qui m'ont aidé de près ou de loin.

NAWAL

Sommaire

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Introduction

Chapitre 1 : Le cadre méthodologique :

1. Les raisons de choix du thème.....	1
2. Les objectifs de la recherche	1
3. La problématique.....	2
4. Les études antérieures.....	5
5. Les hypothèses de la recherche.....	7
6. le cadre conceptuel	8
7. Méthode et technique de recherche.....	14
8. Les obstacles de la recherche.....	20

La partie théorique :

Chapitre 2 : Les NT de l'information et de la communication

La section 1 : La Généralité sur les NTIC

1. Définition des NTIC.....	21
2. Les caractéristiques des NTIC.....	22
3. Les composantes des NTIC.....	22
4. La nature des NTIC.....	24
5. Les rôles des NTIC.....	25
6. Le développement historique des NTIC.....	26

La section 2 :L'information dans l'entreprise.

1. L'information dans l'entreprise.....	28
2. L'information et communication.....	28

3. Les sources de l'information.....	29
4. La diffusion de l'information.....	30
5. Les chemins de l'information.....	30

La section 3 : La communication organisationnelle dans l'entreprise

1. Communication organisationnelle.....	32
2. Le développement de la communication organisationnelle.....	33
3. Les moyens de la communication organisationnelle.....	34
4. Les modèles de communication organisationnelle.....	37
5. Les objectifs de la communication organisationnelle.....	38

Chapitre 3 : Les apports des NTIC dans l'entreprise

La section 1 :L'internet

1. Définition de l'internet	40
2. Les services de l'interne.....	40
3. Les fonctionnalités de l'internet dans l'entreprise.....	42
4. L'internet et la performance des entreprises.....	43

La section 2 : Le commerce électronique

1. Définition de commerce électronique.....	44
2. Les caractéristiques du commerce électronique.....	44
3. Les diversités des applications du commerce électronique.....	46
4. Les objectifs de commerce électronique	49

Chapitre 4 : L'impact des NTIC sur l'entreprise.

La section 1 : Les NTIC dans l'entreprise.

1. Comment réussir l'introduction des NTIC dans l'entreprise.....	51
2. La taille de l'entreprise et les NTIC	52
3. Les investissements dans les NTIC	53
4. La stratégie des entreprises face au NTIC.....	55
5. Les limites des NTIC.....	57

La section 2 : L'impact des NTIC

1. L'impact des NTIC sur la performance de l'entreprise..... 58
2. L'impact des NTIC sur le changement organisationnel..... 59
3. L'impact des NTIC sur les conditions du travail61
4. L'impact des NTIC sur les ressources humaines62
5. L'impact des NTIC sur l'économie. 64

La partie pratique :

Chapitre 5 : Présentation de l'organisme et l'analyse et l'interprétation des résultats.

La section 1 : Présentation de l'organisme

1. La présentation de CEVITAL.....66
2. Les valeurs de CEVITAL..... 67
3. Les clients de CEVITAL.....68
4. Les activités de CEVITAL..... 68
5. LA DG et mission des directions..... 71

La section 2 : l'analyse et l'interprétation des résultats

1. L'analyse et l'interprétation des résultats..... 78
2. Vérification de l'hypothèse..... 102

Conclusion

Liste bibliographique

Annexes

Liste des abbreviation:

B2A: business to administration

B2C: business to consumer.

B to C : business to consumer en français, « des entreprises aux particuliers ».

B2B: acronyme anglais de business to business

B2G: business to gouvernement.

CNIL : Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés.

CIL : Correspondant Informatique et Liberté.

C2C: consumer to consumer.

DG : directions générale.

E-commerce : le commerce électronique.

EDI : Electronic Data Interchange en français échange de données informatisées.

GRH : Gestion des Ressources Humaines.

ERP: Entreprise Ressource Planning

IP : Internet Protocol.

MIP-S: Mannheim Innovation Panel in Services.

NTIC : Nouvelle Technologie de l'Information et de la Communication.

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economiques.

PME : Petit et Moyen Entreprise.

Liste des abréviations

SIG : Système d'Information Général.

TIC : Technologie de l'Information et de la Communication.

TCP/IP : Transmission Protocol Control / Interne Protocol

Web : World Wide Web, signifiant toile d'araignée « toile mondiale ».

3G :Troisième Génération. (Qui augmente les vitesses de téléchargement sur son mobile)

Liste des tableaux

Tableaux	Titre de tableaux	page
N° 1	La répartition de l'échantillon selon de sexe.	78
N° 2	La répartition de l'échantillon selon l'âge.	79
N° 3	La répartition de l'échantillon selon le niveau d'instruction.	80
N° 4	La répartition de l'échantillon selon la categorie professionnelle.	81
N° 5	La répartition de l'échantillon selon l'expérience professionnelle.	82
N° 6	La répartition de l'échantillon selon la connaissance de la signification des NTIC.	83
N° 7	La répartition de l'échantillon selon l'utilisation des outils informatiques.	84
N° 8	La corrélation entre l'utilisation des outils informatique et leurs efficacités.	85
N° 9	La corrélation entre l'expérience professionnelle et l'accès a l'internet.	86
N° 10	La corrélation entre l'accès à l'internet et la connexion utilisée.	87

Liste des tableaux

N° 11	La répartition de l'échantillon selon la vitesse de la connexion utilisée pour et du transfère d'information sur internet.	88
N° 12	L'objectif de site web personnalise de votre entreprise.	89
N° 13	La répartition de l'échantillon selon leurs recrutements par un site web de l'entreprise.	90
N° 14	La répartition de l'échantillon selon les moyens de communication utilisée le plus souvent.	91
N° 15	La répartition de l'échantillon selon l'utilisation de l'intranet à l'intérieure de votre entreprise.	92
N° 16	La répartition de l'échantillon selon le moyen ou le client tient au courant de nouveau produit.	93
N° 17	La répartition de l'échantillon selon l'outil à informé.	94
N° 18	La répartition de l'échantillon selon les moyens utilisés pour effectuer des réunions entre les responsables ou cadres.	95
N° 19	La répartition de l'échantillon selon le personnel spécialisé dans le domaine des NTIC.	96
N° 20	La corrélation entre la formation et les catégories concernées par cette formation.	97

Liste des tableaux

N° 21	La corrélation entre le sexe et les effets des NTIC sur l'organisation.	98
N° 22	La répartition de l'échantillon selon l'impact des NTIC sur le chiffre d'affaire.	99
N° 23	La répartition de l'échantillon selon l'intérêt des NTIC pour la DRH.	100
N° 24	La répartition de l'échantillon selon l'influence des NTIC sur la gestion organisationnelle de l'entreprise.	101

Introduction

Le monde dispose aujourd'hui de plus en plus de moyens de communication qu'il n'y en a jamais eu au cours de l'histoire. Le vertigineux développement des technologies de l'information et de la communication touche ainsi toutes les zones de la planète et occupent une place particulière au sein de notre vie. Cet impact a donné lieu à la qualification de « société de l'information » pour définir la modification de l'environnement.

La diffusion des NTIC s'est fait plus rapidement qu'il ne l'avait été prévu, plus de la moitié de la population mondiale à aujourd'hui accès aux NTIC notamment grâce à la révolution de la téléphonie mobile, l'accès à ces nouvelles technologies devient plus aisé leur rôle dans le développement socio-économique des pays, notamment arabes, est une thèse de plus mise en avant. Actuellement les nouvelles économies, Net économique, E-commerce, font l'objet de nombreuses recherches, c'est pourquoi l'évolution technologique a conduit les sociétés modernes à adopter des nouvelles formes de travail.

L'introduction des NTIC et sa rapide propagation dans la société, de même que la reconnaissance dans son utilité ont rendu ce média populaire, de ces NTIC concernent toutes les activités de l'entreprise, leur implantation dans le milieu professionnel a généré beaucoup de transformations et de changements organisationnels. Les usages des NTIC doivent être élaborés en étroite concertation avec les utilisateurs, car ils modifient profondément les façons de travailler. Leur utilisation est devenue cependant un problème majeur pour les employeurs, car l'usage se fait dans un cadre personnel surtout avec l'implantation des premiers systèmes informatiques de messagerie électronique, l'internet et l'intranet.

De nombreuses organisations font appel aux nouvelles technologies de l'information et de la communication dans le but de perfectionner leurs domaines, d'augmenter leur productivités et de minimiser leurs coûts, étant donné que ces moyens permettent l'amélioration des activités et assurent plus d'efficacité dans le travail.

Compte tenu de l'évolution extrêmement rapide à la fois des technologies et des usages associés, et les transformations que les entreprises qui sont obligées d'affronter, Cette présente étude se penche sur cet aspect où nous voulons découvrir la réalité d'usage des NTIC et leurs impacts sur l'organisation dans le milieu professionnel par les cadres de CEVITAL et leur typologies. Cette dernière s'articule au tour de cinq chapitres principaux :

Le premier chapitre concerne le cadre méthodologique de la recherche: la problématique de la recherche, les hypothèses, définition des concepts, la méthode, les techniques utilisées et échantillonnage.

Quant à la deuxième partie théorique que nous l'avons répartie en trois chapitres dans le premier on a parlé sur les nouvelles technologies de l'information et la communication qui est divisée en trois sections la première on a abordé la généralité sur les NTIC et dans la deuxième sur l'information dans l'entreprise, en finir sur la communication organisationnelle. Et en suite dans le deuxième chapitre on a abordé les apports des NTIC qui lui contiennent deux sections, la première sur l'internet et la deuxième sur le commerce électronique. En fin le troisième chapitre les NTIC dans l'entreprise qui lui aussi contiennent deux sections la première l'introduction des NTIC dans l'entreprise dans la deuxième l'impact de cette dernière sur l'entreprise.

En dernier lieu la partie pratique où nous avons présenté l'organisme d'accueil et l'analyse des données et enfin la vérification des hypothèses.

1. Les raisons de choix du thème :

Le choix de thème « les NTIC et leur impacte sur l'organisation de l'entreprise » il contient plusieurs motifs qu'on peut récapituler comme suite :

Pour enrichir nos connaissances dans le domaine de la communication en général et acquérir des informations dans le domaine des NTIC en particulier.

La question de la Nouvelle Technologie est un fait qui a marqué l'actualité en Algérie « comme la 3G » qui a fait en Algérie un grand débat.

Savoir comment les entreprises interprètent les NTIC et aussi comment les NTIC aident les entreprises dans la gestion organisationnelle.

Par rapport à notre parcours et à notre spécialité, « organisation de travail » nous voulons savoir à quels niveaux les NTIC contribuent à l'évolution et le développement de l'entreprise qui adopte ces technologies.

2. Les objectifs de la recherche :

Dans tout travail intellectuel il faut déterminer les objectifs qui nous permettent de mieux guider la recherche et de mieux concentrer notre attention sur certains éléments précis concernant les Nouvelles Technologies.

Les objectifs de cette étude, est de montrer l'importance et l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication dans le milieu professionnel.

On tente de justifier si les entreprises et spécialement l'entreprise de Cevital de Bejaia utilise ces moyens dans l'accomplissement de leurs tâches à des fins professionnelles ou à des fins personnelles.

Nous voulons aussi démontrer l'impacte des NTIC sur l'entreprise et dans quelle mesure contribue à l'organisation de l'entreprise.

3. La problématique

Le monde change d'ère, et vit une révolution technologique avec le passage de la société industrielle matérialiste, possédant de lourds moyens de production à la société de l'information immatérielle. Il est nécessaire de dominer cette mutation technologique et de se l'approprier l'ère de l'énergie qui permis à l'homme de domestiquer la nature et cédé la place à l'ère de l'information qu'on appelle « nouvelle économie ou en vende et on achète de l'information ».

« Le développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication ainsi que l'émergence de la nouvelle économie ont considérablement modifié les modèles économiques connus. Le monde est devenu global et la concurrence de plus en plus forte »¹.

Les NTIC constituent un facteur d'accélération d'échanges commerciaux qui permis de circuler la formation qui transforme la planète en petit village selon *DRUCKER Peter* « derrière ces changements, il ya l'informatique, les ordinateurs qui communiquent plus vite est mieux que les diverses strate de cadre moyen, il existe également des utilisateurs qu'ils sachent transformés leurs données en informations pour en connaissance nouvelle »²

« La rapidité avec le quelle se propage l'utilisation des NTIC, Le monde change à cause ou grâce à elle, les exigences des consommateurs croissent celles des apporteurs de capitaux. L'entreprise est interpellée par ces mouvements, et leur fonctionnements en se bouleversés, essayons de savoir à présent les changements majeurs intervenus ou à intervenir dans chacune des grandes fonctions d'entreprise»³

Et les avantages qu'elles offrent à leur utilisateur, les placent parmi les premières occupations de toute entreprise souciés de son avenir dans un contexte en perpétuel

¹ CADIAT Anne-Christine, DE MOERLOOSE Chantal, *l'impact d'internet sur la gestion de la relation client*, Université Catholique de Louvain-la-Neuve, Belgique, 2000, p 4, DOC.

² mémoire MBA Dauphine SIRH-et-GRH-PDF-adobeReader.

³BOULOC Pierre, *NTIC : comment en tirer profit*, 8^{eme} édition RIA, paris, 2003, p 112.

mutation une réflexion s'impose à toute entreprise de définir un stratège qui lui apparait la plus appropriée à cet égard.

« La mise en place et l'utilisation des NTIC dans une organisation implique de nombreux changements tant sur le plan organisationnel que sur le plan des infrastructures. Cela implique un investissement matériel plus ou moins important, une restructuration et une redéfinition des tâches. Les NTIC modifient la façon de travailler, d'exécuter ses tâches, de collecter l'information de l'analyser et de communiquer. Avec l'usage des NTIC des nouvelles missions se créent, évoluent ou disparaissent naissent des nouvelles exigences en matière de compétence. L'usage des NTIC permet aussi aux managers d'avoir une meilleure maîtrise des flux d'informations, des flux économiques et une meilleure sécurité des informations de l'entreprise, elle permet de surcroît et d'éviter les déperditions d'information »¹.

Les NTIC ne se réduisent pas aux ventes entreprises à clients (B to C). Les NTIC aident également les entreprises à gérer de manière efficace l'information. Elles peuvent également aider à créer de nouvelles structures de réseaux entre les sociétés et au-delà des frontières. Elles profiteraient aux PME en particulier en leur permettant de mettre en commun des activités fragmentées de rechercher des fournisseurs et des marchés dans le monde.

Les NTIC mettent à disposition une énorme source d'information, rapidité d'accès, interactif, transversalité, disponibilité immédiate.

Les NTIC introduites dans l'organisation (type, envergure, intégration) et des processus, l'utilisation et de la gestion de ces technologies qui en retour, provoquent des changements stratégiques, structureaux et opérationnels dans l'entreprise et éventuellement dans son environnement d'affaires. L'utilisation des NTIC reste parcellaires, très localisée et centrée sur la résolution des problèmes opérationnels et de court terme, hors d'une conception stratégique et d'une vue globale des activités de l'entreprise.

Les NTIC ne sont plus un outil supplémentaire, mais deviennent le support de modification voire de transformation dans l'entreprise. Face à ces exigences telle que (mondialisation : ouverture du marché de l'entreprise doit s'adapter et adapter son

¹ <http://COMMUNICATION/IMPACTI> DES TIC SUR LE MANAGEMENT, LES TIC ET LE MANAGEMENT, htm

organisation avec les outils appropriés. En cela les technologies de l'information et de la communication, offrent une meilleure opportunité pour l'entreprise »¹

Les NTIC proposent également d'importants développements pour la gestion des relations autres que pour la gestion interne et intégrée à la gestion financière et organisationnelle d'une entreprise. Notre objectif est de savoir dans quel mesure les NTIC contribuent telles aux développements des entreprises, le recours intensif au travail en équipe, la restructuration des niveaux hiérarchiques, ainsi qu'une plus grande polyvalence conduisent au développement d'organisation apprenante. A ce niveau se situe notre préoccupation qui concerne les NTIC et leur impact sur l'organisation de l'entreprise, allons de cet objectif, les questions qui nécessitent d'être posées :

-Comment les Nouvelles Technologies de l'information et de la Communication exercent une influence sur l'organisation l'entreprise ?

¹ Martine BOUTARY, TIC et PME : Des usages aux stratégies, L'HARMATTAN édition, Paris, 2003, p 16.

4. Les études antérieures :

L'avancée de la technologie est parmi les changements qui ont manqué à tout jamais nos sociétés, nos économies, nos politiques et plus particulièrement l'entreprise.

S.COTT MORTON Michael « l'entreprise compétitive au futur : technologie de l'information et transformation de l'organisation » en 1995. Le programme de la recherche a été lancé en 1984 pour étudier l'impact des technologies de l'information sur les organisations de tous genres. Il avait pour mission d'examiner comment les technologies de l'information risquent de modifier la façon dont les organisations arriveront à survivre et à prospérer dans l'environnement concurrentiel des années 90 et suivantes. Le présent ouvrage constitue le « rapport final » du programme. Le programme de la recherche a été confié la tâche, d'examiner l'impact des NTIC sur les organisations, l'objectif étant de voir en quoi les organisations des prochaines années vont se distinguer de celles qui existent actuellement.¹

BOULOC Pierre « NTIC : comment en tirer profit » en mai 2002. Il a réalisé une étude sur l'utilisation des NTIC dans les PME. Ces NTIC touchent potentiellement tout individu qu'il soit étudiant ou retraité, chef d'entreprise ou salarié. Au niveau économique, de plus en plus d'entreprises sont cyber connectées, se mettent en réseau grâce à l'intranet, développent des sites Web pour promouvoir et vendre des produits. La réflexion fondamentale sur les NTIC était assez foisonnante, en revanche, les applications pratiques pour chaque filière faisaient largement défaut. Or, ce qui intéresse le décideur, que ce soit dans une petite entreprise ou grande entreprise, c'est bien de savoir en quoi ces techniques pourront interférer dans son propre environnement et lui apporter pour son développement.

Nous sommes nombreux à penser que l'internet et les NTIC sont à la fois une chance et une obligation pour les entreprises. L'internet est loin d'être la seule application des NTIC dans les entreprises. L'introduction de l'informatique dans les systèmes de

¹ MORTON Michael S. S. Michael, l'entreprise compétitive au futur : technologie de l'information et transformation de l'organisation, Édition d'organisation, Paris, 1995, p. 2-3

production, une gestion informatisée des appelés, des échanges des données informatisés, l'informatisation des déclarations administrative sont autant d'applications diverses que permettent aujourd'hui ces nouvelles technologies. Dans un domaine en mutation permanente ou l'évolution technologique est de plus en plus rapide, ou aucune norme, qu'elle soit éthique ou légale, n'assure un fonctionnement optimal pour le bien de tous.

On peu donc affirmer que ces nouvelles technologies auront à court terme et pour tout individu une influence forte sur les comportements de consommation, les modes de pensée et les méthodes de travail.¹

Valeriane Eté, Clementine Lepais et Samantha Vachez « Géopolitique des TIC au Moyen-Orient : entre compétitivité étatique et stratégie de contrôle » en 2011. Le monde dispose aujourd'hui de plus de moyens de communication qu'il n'y en a jamais eu cours de l'histoire. Le vertigineux développement des technologies de l'information et de la communication touche ainsi toutes les zones de la planète. Formes en géographie, en droit, en science politique, les auteurs de cette remarquable monographie soulignent pourtant les ambivalences de cette évolution : en effet, si les TIC constituent dans cette partie du monde une infrastructure au service de l'impulsion de la science-technique-industrie, c'est-à-dire du développement et de profit, elles servent aussi de support aux Etats qui s'en servent pour réaffirmer leur domination. Ce stato-centrage, ici décrit, cherche à réagir à l'internationalisation de mouvements politique et sociaux qui s'emploient à dénoncer et à critiquer les excès de régimes souvent peu démocratiques.les TIC apportent à cette partie du monde diverse par ses niveaux de développement, un élément nouveau de complexité.la diffusion des TIC s'est faite plus rapidement qu'il ne l'avait prévu. Plus de la moitié de la population mondial aujourd'hui ont accès aux TIC notamment grâce à la révolution de la téléphonie mobile.²

¹ BOULOC Pierre, NTIC : comment en tire profit, 8^{eme} Edition RIA, Paris, 2003. p 3

² Valeriane Eté, Clementine Lepais et Samantha Vachez, Géopolitique des TIC au Moyen-Orient, Edition L'Harmattan, paris, 2011.p 2

4. L'hypothèse:

«L'hypothèse une proposition de réponse à la question posée. Elle tend à formuler une relation entre des faits significatifs. Même plus au moins précise ; elle aide à sélectionner les faits observés. Ceux-ci ressemblent, elle permet de les interpréter, de leur donner une signification »¹

« L'hypothèse dans une recherche ou dans une étude naissent, le plus souvent, selon une logique de transfère, d'où le besoin de connaître le mieux possible les manières d'appréhender théoriquement et empiriquement les phénomènes sociaux, les idées viennent par détournement, si possible contrôle, d'une problématique». ²

« Cette formulation d'hypothèse(s) doit aussi s'accompagner d'une explicitation des manières et moyens de vérification, confirmation et/ou infirmation de ces mêmes hypothèses. Cela constituera en fait l'objet véritable de l'effort de recherche »³

❖ Les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication exercent une forte influence sur des pratiques organisationnelles qui sont performantes pour l'organisation de l'entreprise CEVITAL.

5.1. Discussions de l'hypothèse :

Dans la première hypothèse on va essayer de démontrer l'impacte des NTIC sur l'organisation de l'entreprise par la confirmation de la stratégie de l'entreprise face à cette technologie, la rapidité avec laquelle se propage l'utilisation des NTIC et leur avantage qu'elle offrent à leur utilisateur, elle a également d'importants développements pour la GRH autres que pour la gestion interne et intégrée à la gestion financière d'une entreprise, est aussi important de démontrer l'influence des NTIC sur les pratiques organisationnelles qui sera en règle générale multi canal ce qui nécessite une grande coordination entre différents points de contact avec le client et une mise à jour de l'information en temps réel et leur

¹GRAWITS Madeleine, méthode des sciences sociales, 11^{ème} édition DALLOZ, Paris, 2001, p 398.

²SINGLY De François, L'enquête et ces méthodes : le questionnaire, 2^{ème} édition COLIN, Paris, 2005, p 30.

³ AKTOUF Omar, methodologie des sciences sociales et approche qualitative et organisation, Québec, 1987, p 44

conséquences sur la performance de l'organisation de travail ainsi que la fidélisation du métier et la réalisation des objectifs prescrits et la maîtrise du métier.

6. Le cadre conceptuel :

Le cadre conceptuel consiste à faire ressortir les concepts clé de son hypothèse et de les clarifier par des définitions, les concepts qu'on a déterminés dans notre hypothèse sont les suivants :

❖ Les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC)

« Les NTIC représentent l'ensemble des technologies des traiteurs des processus intellectuels faisant appel à l'ensemble des différentes technologies basées sur l'électronique disponible et accessible via des infrastructures des réseaux, soit au plan local (entreprise) soit au plan mondial. Les nouvelles technologies de l'information et de la communication désignent l'ensemble des technologies utilisées dans le traitement et la transmission d'information. Ce concept dont la définition reste imprécis, concerne les innovations issues de l'informatique, de l'électronique et de télécommunication et de l'audio visuel, notamment internet et le téléphone mobile. Il est né du rapprochement entre informatique et télécommunication à partir de l'année 1990.

D'ailleurs ces technologies ne sont plus vraiment nouvelles, d'où le nom de NTIC, l'ordinateur portable, la télévision, le téléphone portable, la tablette interactive, l'internet constitue l'ensemble des technologies d'information et de communication apparue principalement dans les années 1930, elles se sont peu à peu développées jusqu'à ce jour, où elles ne connaissent toujours pas leur apogée.

Les NTIC sont un ensemble de technologies utilisées pour traiter, modifier et échanger des informations, plus spécifiquement des données numérisées. D'autres définitions comme celle d'HERBERT SIMON : (prix Nobel des sciences économiques 1998) et qui paraît la plus acceptée, est basée sur les caractéristiques des TIC. Selon cet auteur ces technologies aident à rendre : "Toute information accessible aux hommes, sous

forme verbale ou symbolique, existera également sous forme lisible par ordinateur; les livres et mémoires seront stockés dans les mémoires électroniques..." »¹

❖ L'entreprise

Entité ou organisation autonome de production de bien ou de service à finalité marchande. Le sens actuel est double, il désigne soit une tentative de faire quelque chose (projet, dessin, aventure,...) soit une organisation prestataires de service ou de bien à caractère marchande.

« L'entreprise est une unité économique autonome qui combine et rémunère des facteurs de production pour produire et vendre des biens et des services sur le marché afin de réaliser des profits. L'entreprise est en gestion une organisation finalisée qui coordonne différentes activités dans le cadre de fonction complémentaire. Les sortes diverses tant par leur structure juridique que par leur origine des capitaux que la taille et leur types d'activité»²

L'entreprise un grément humain, ordonné rationnellement, en vue d'objectifs déterminés caractérise par la division de travail, du pouvoir des responsabilités, des réseaux de communication planifient.

❖ Le travail ³

Le travail est formes d'un ensemble d'activité réalise individuellement ou collectivement en vue d'obtenir un résultat utile. En règle générale le travail est une activité rémunérée. Il est donc nécessaire de distinguer le travail domestique, le travail salarié et le travail non salarié. En économie c'est un facteur de production (se combinant à du capital et à des matériaux) caractérise par une utilité et un coût. Le travail est également l'accomplissement d'une activité professionnelle, d'un métier. La nature du travail peut

¹[Http:// Définition des TIC-Les technologie de l'information et de COMMUNICATION/deacutefinition-des-tic.html](http://Définition des TIC-Les technologie de l'information et de COMMUNICATION/deacutefinition-des-tic.html). mardi, 15/04/2014, 15 :00h

²DE BOISLANDELL Henri Mahi, Opcit, p 147.

³DE BOISLANDELL Henri Mahi, Dictionnaire de gestion vocabulaire : concept et outil, Edition economica, Paris, 1998, P 455.

être manuelle, intellectuelle, commerciale... Son organisation peut être variable (de très souple à très structurée) contraignante (hiérarchisée) ou autonome.

❖ **L'organisation :**

L'organisation relatives au concept d'organisation son multiples, évolutives et parfois contradictoires. Par exemple l'action organisée exige la coopération entre plateure individus dans le but de réaliser un projet en commun. Cette action d'organisée peut générer des processus de structuration variables allant de l'informel au très structuré.

« Une organisation est une unité de coordination, dotée des frontières repérables, fonctionnant dans la durée en vus d'atteindre un objectif partagé par ses membres » (P. Robbins, 1990). La structure d'une organisation peut être définie simplement comme total des moyens employés pour diviser le travail comme taches distinctes et pour ensuite assurer la coordination nécessaire entre ces taches ».¹

❖ **L'innovation technologique ²**

Le concept d'innovation technologique à été formule pour la première fois par l'économiste *J. Schumpeter* dans les années 1930.

L'innovation technologique est prise en considération dans les sciences de gestion depuis le milieu des années 1970. Sa définition est délecte car elle est proche des concepts d'invention et de changement. L'innovation se caractérise par la mise en valeur économique d'invention ou de technologie nouvelles au sein d'une entreprise. Pour beaucoup d'entreprise la gestion de l'innovation technologique est devenue un moyen de répondre à la crise que connaissent les économies depuis le choc pétrolier de 1973. Elle peut permettre de déjouer les menaces en les transformant en opportunités et augmenter les capacités d'adaptation. Des entreprises face aux incertitudes. Les innovations peuvent porter sur les produits ou sur les procès de production.

¹ DE BOISLANDELL Henri Mahi, op cit, p 300-301.

² Ibid, p 182

❖ Technologie

« C'est l'art de mettre en œuvre dans un contexte local et pour un but précise tout les sciences techniques et règles fondamentales qui entrent aussi bien dans la conception des produits que dans les procédés de fabrication, les méthodes de gestion ou des systèmes d'information de l'entreprise »¹

« La technologie est l'élaboration et le perfectionnement des méthodes permettant l'utilisations efficace des techniques diverses prises isolément, en groupe ou dans leur ensemble qu'il s'agisse de technique ou mécanique, physique ou intellectuelle en vue d'assurer le fonctionnement des mécanismes de production, consommation de l'information, de la communication, des loisirs, de la construction et de la destruction, ainsi que des activités de la recherche artistique et scientifique. La technologie est un ensemble de savoir, de procédé et d'outil qui mettent en œuvre les découvertes et les applications scientifiques les plus récentes dans les domaines de l'informatique et de la communication »²

❖ L'information

« L'information est une donnée, transformée et structurée sous une forme conventionnelle et intelligible pour être insérée dans une dynamique de diffusion et/ou d'échange (pour être communiquée). L'information seule n'est pas un savoir. Pour qu'elle le devienne, il lui faut des structures conceptuelles qui la supportent et lui donnent du sens. L'information n'est pas neutre ».³

Une entreprise ne pourra survivre que si elle dispose d'un ensemble d'informations suffisantes (information disponible, pertinente, fiable, précise et récente) pour pouvoir agir avec efficacité c'est-à-dire prendre les bonnes décisions au bon moment. La mise en place d'un système d'information est donc essentielle.

¹ DE BOISLANDELL Henri Mahi, Op cite, p 144.

² Dictionnaire, Microsoft Encarta, 2009, 1993-2008 Microsoft Corporation.

³ BOULC Stephan, Donnée information communication tentative de définition, COTA édition, 2005, PDF, p 1.

❖ La communication

La communication en générale se définit comme une approche globale de l'ensemble des communications, elle recherche la cohérence entre le contenu des messages, la réalité de l'entreprise, des marques et des produits ainsi que les objectifs qu'elle poursuit. ¹

« La communication est l'action, le fait de communiquer d'établir une relation avec autrui, de transmettre quelque chose à quelqu'un, l'ensemble des moyens et techniques permettant la diffusion d'un message auprès d'une audience plus ou moins vaste et hétérogène et l'action. D'informer et de promouvoir son activité auprès du public, d'entretenir son image, par tout procédé médiatique....alors la communication c'est existe aux yeux de grand public qui se situe à l'extérieur de l'entreprise.

La communication est d'une autre manière un ensemble d'interaction, c'est-à-dire permanentes de sorte qu'il est difficile de trouver un début et une fin au processus de communication du fait de sa circularité. On ne peut pas ne pas communiquer, c'est à la diversité des modes et formes d'expression qu'il est fait référence : parole, écrit, mais aussi le regard, les gestes, les actions, sont des moyens de communication.

La communication n'est satisfaisante que si tous les acteurs de la communication sont d'accord sur la nature de la relation »².

❖ La performance.

Le terme de la performance véhicule de sens différent selon les utilisateurs. La performance est le résultat de l'action. La mesure de la performance peut être entendue comme la mesure de poste de résultats obtenus (cette acception est détachée de tout jugement de valeur).

Il s'agit en gestion du sens le plus courant et le plus pertinente. Dans le même sens la performance exprime le degré d'accomplissement des objectifs poursuivis par une

¹http://www,revue-hermes-la-revue-2006-1-page57_fichiers/systeme_d'information_fichiers/191462.html.

² LAMIZET Bernard, SJLEM Ahmed, dictionnaire encyclopédique de sciences de l'information et de la communication, paris, 1997.p 121.

organisation. La performance est évaluée grâce à des indicateurs quantitatifs ou qualitatifs de résultat. Les indicateurs peuvent exprimer un rapport entre un résultat obtenu et des moyennes mises en œuvre (ils mesurent dans ce cas des degrés d'efficacité), ils peuvent exprimer un rapport entre un résultat obtenu et un objectif visé (il mesure dans ce cas un degré d'efficacité) ¹

Les performances d'une entreprise, de ses centres sont indiquées par le rapport entre le coût et la performance des ressources mise en œuvre, le taux d'emplois des capacités de travail qu'elles représentent, des indicateurs de maîtrise des processus de travail et des contributions »²

❖ **Gestion d'entreprise**

Est un ensemble de moyens par lesquels une entreprise est dirigée ou gérée. Le terme en français une signification précise et limitée d'administration de biens et ne devrait pas s'appliquer aux personnes, en tant que science, la gestion c'est séparée de l'économie politique en conservant un caractère plus appliqué. Certains auteurs réduisent le domaine de la gestion à l'entreprise d'autre à toute organisation et même par une extension abusive, il est utilisé comme façon d'entreprendre une action, de conduire une stratégie d'où les expressions : gérer sa carrière, son divorce....³

❖ **La stratégie**

A toutes chances de provoquer des discussions. Il nous semble suffisant, ici compte tenu du but poursuivi, de considérer la stratégie comme un ensemble de connaissances et d'hypothèses sur l'organisation, les buts, les objectifs, les actions, les jalons, les budgets et les plans, le tout basé sur un fond de connaissances relatives aux clients formulation et mise en œuvre de la stratégie représentent la principale tâche des dirigeants. Le sujet général de l'étude d'une stratégie et de sa mise en œuvre est loin d'être

¹ DE BOISLANDELL Henri Mahi, Dictionnaire de gestion vocabulaire : concept et outil, economica Edition, Paris, 1998, p 318-319.

² TREILLE Jean-Michel, Le pilotage l'entreprise opérationnel de, d'organisation Edition, paris, 2004, p 254.

³ GRAWITZ Madeleine, Lexique des sciences sociales, 7^{ème} édition, Ed. Dalloz. Paris, 2000, P193.

absent de la littérature. On dénombre en effet un vaste ensemble de processus stratégiques vantes ou réalisés par les formateurs et les consultants.¹

❖ La gestion des ressources humaines (GRH)

« Désigne une démarche de gestion appliquée aux ressources humains dans une organisation on peut entendre par GRH l'ensemble des opérations effectuée par une entreprise dans le but de constituer et de développer un potentiel humain, c'est-à-dire un capital humain capable de produire de se développer et de s'adapter aux changements auxquels l'entreprise est soumise. Ces changements sont des fonctions des stratégies techno-économiques autonomes ou imposées par l'environnement ».²

7. Méthode et technique de recherche :

« À l'instar des sciences de la nature, les sciences humaines ont mis au point des moyens pour découvrir la réalité, une fois avait fixé le problème de recherche, il importe de s'organiser pour recueillir les données nécessaires à la signification des hypothèses ».³

7.1. La méthode de recherche :

La méthode est souvent connue comme étant la manière que le chercheur utilise pour arriver à la résolution de la problématique qui est considéré comme « L'art de bien organisé l'enchaînement de plusieurs idées, que ce soit pour arriver à une vérité qu'ont ignore ou pour la démontré, aux autres, car nous la connaissons »¹.

« Elle est aussi constitué de l'ensemble des opérations intellectuelles par lesquelles une discipline cherche à atteindre les variétés qu'elle poursuit, les démontrés, les vérifiés cette conception de la méthode dans le sens générale de procédure logique inhérente à toute

¹ MORTON Michael S. S Michael, l'entreprise compétitive au future : technologie de l'information en transformation de l'organisation, Édition d'organisation, paris, 1995, p 98.

² DE BOISLANDELL Henri Mahi, Op cite, P 188.

³ ANGERS Maurice, Initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines, Edition Casbah Université, Alger, 1997, P130.

¹ Le petit Larousse, illustre, 2001, P846.

démarche scientifique, permet de la considérer comme un ensemble des règles indépendantes de toute recherche »²

Si la méthode est un procédé utilisé pour la réalisation d'une recherche scientifique, cela ne veut pas dire qu'on va la soumettre à notre intérêt, mais la soumettre aux exigences de la recherche qu'on traite.

Pour découvrir les principales raisons de notre étude et connaître le degré de corrélation entre l'aspect théorique et l'aspect pratique, de ce fait nous avons écarté à la méthode quantitative. Donc, l'objectif est de décrire et d'analyser le phénomène étudié puis expliqué et comparer les causes.

La méthode quantitative se présente comme suite :

Les méthodes quantitatives sont des méthodes de recherche se fondant sur une épistémologie positiviste ou post-positiviste, utilisant des outils d'analyse mathématiques et statistiques, en vue de décrire, d'expliquer et prédire des phénomènes par le biais de concepts opérationnalisés sous forme des variables mesurables. Elles se distinguent ainsi des méthodes dites qualitatives.

« L'enquête quantitative permet de mesurer des opinions ou des comportements. Elle permet également de décrire les caractéristiques d'une population ayant une opinion ou un comportement particulier, L'enquête quantitative se rattache à une vision strictement positive et empiriste, inspirée des sciences de la nature. Au-delà du simple décompte d'individus émettant une opinion ou faisant état d'un comportement, elle vise à tester des hypothèses et à illustrer des théories par la mise en évidence de corrélations entre des variables. Elle mesure, sur les variables du questionnaire, des inégalités de distribution et les corrèle avec d'autres distributions ».¹

7.2. Choix de la technique :

² GRAWITZ Madeleine, Méthode des sciences sociales, 11^{ème} édition, Ed. DALLOZ, Paris, 2001, P351.

¹ COUVREUR Agathe, LEHUEDE Franck, Essai de comparaison de méthodes quantitatives et qualitatives, cahier de recherche N° 176, CREDOC, Paris, 2002, PDF, p 2.

« Toute recherche ou application de caractère scientifique en science sociale comme dans les sciences en générale, doit comporter l'utilisation des procédés opératoires rigoureux, bien définis. La technique est comme la méthode, une réponse à un « comment ? ». C'est un moyen d'atteindre un but, qui se situe au niveau des faits ou des étapes pratiques. Les techniques sont des moyens d'aborder les problèmes, lorsque ceux-ci sont précisés.

Les techniques sont des outils, misent à la disposition de la recherche et organisés par la méthode dans son but, elles sont limitées et connues à la plupart des sciences sociales ».¹

« Le choix de ces techniques dépend de l'objectif poursuivie, lequel est lié lui-même à la méthode de travail »². Il s'agit de sélectionner les techniques et moyens de recueillir les données. La méthode est constituée d'un ensemble des règles qui dans le cadre d'une science donnée, sont relativement indépendantes des contenus et des faits particuliers étudiés en tant que tels.

Elle se traduit sur le terrain, par des procédures concrètes dans la préparation, l'organisation et la conduite d'une recherche.³

Parmi les techniques de recherche qu'on a utilisées durant la réalisation de notre recherche sont :

7.2.1. Pré enquête :

« La pré enquête est une phase de terrain assez précoce dont les buts essentiels sont d'aider à constituer une problématique plus précise et surtout à construire des hypothèses qui soient valides, fiables, renseignées, argumentées et justifiées. De même, la pré-enquête

¹ GRAWITZ Madeleine, Op cite, p 352-353.

² GRAWITZ Madeleine, Op cite, p 352.

³ ANGERS Maurice, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Edition Casbah Université, Alger, 1997, P102.

permet de fixer, en meilleure connaissance de cause, les objectifs précis, aussi bien finaux que partiels, que le chercheur aura à réaliser pour vérifier ses hypothèses »¹

On a procédé à la pré enquête en premier lieu à travers les visites qu'on fait aux différents départements ou ses derniers sont subdivisées en plusieurs services dont on a essayé de réaliser un questionnaire sur un échantillon limité des responsables des différents départements des salariés en vue de faire connaissance de notre terrain de recherche, d'éclairer et préciser notre champ d'études, et de déterminer la technique de recherche la plus adéquate a notre thème, et aux problèmes de notre recherche.

La réalisation du pré enquête nous a aidé à :

- La possibilité de réaliser notre étude de recherche sur le terrain.
- Limité notre échantillonnage d'étude.
- Déterminé notre champ d'étude sur le terrain, afin de relier entre l'aspect théorique et pratique.

7.2.2. L'observation

Afin de compléter la technique utilisée et pour enrichir les données collectées, nous avons également procédé à une autre technique qui est celle de l'observation, qui se définit selon Madeline GRAWITZ comme étant « la constatation exacte d'un fait à l'aide de moyens d'investigation et d'étude appropriée à cette constatation ».

Nous nous appuyons sur cette technique pour mieux interpréter les résultats. Lors de stage effectué nous avons remarqué que dans tous les bureaux des usagers il y a un micro-ordinateur qui est connectée à l'internet et une photocopieuse, les usagers font appel à ces outils qui peuvent les aider à accomplir leurs tâches. Nous avons également remarqué qu'il y a une suffisance de matériel informatique et tous de nouveaux modèles, et chaque usage de notre échantillon son propre ordinateur.

¹ AKTOUF Omar, Méthodologie des sciences sociales et approche quantitative des organisations, introduction à la démarche classique et une critique, presse de l'université du Québec, 1987, P27.

On conclura que dans l'entreprise de Cevital les NTIC occupe une place très important dans leur travail et leur permet de mieux s'organisé.

7.2.3. Le questionnaire :

D'après *Mucchilli* « le questionnaire se présente comme un document sur la quelle sont notés les réponses ou la réaction d'un sujet déterminer »¹

Donc en déduit que « un questionnaire est une série des questions méthodologique posée et organisée en vus d'une enquête, une question étant une demande énoncée sous forme interrogative »²

La technique de questionnaire est considéré comme une technique secondaire qui est définie comme « une technique directe de collecte des informations et de constituer des relations méthodiques et fait des comparaisons numérique » Le questionnaire traduis l'objectif de la recherche en question présente selon une logique qui sera analysées et interprétée. Le questionnaire est sauvant utilisé lorsque le volume d'échantillon est important cela justifie notre technique. Il à permis une interprétation statistique des données d'une part et la vérification d'hypothèse d'autre part.

Le choix du questionnaire est du à la nature du système du travail applique par l'entreprise Cevital, ce choix du questionnaire est dicte aussi par notre souci de donné aux fonctionnaires la possibilité de refondre en liberté et anonymement aux questions posée.

•Présentation de questionnaire :

Notre questionnaire est composé de trois axes :

- ✓ Il concerne les données personnelles telles que : le sexe, l'âge, le niveau d'instruction et la catégorie professionnelle.
- ✓ Les outils des NTIC utilisent dans l'entreprise.
- ✓ L'organisation de l'entreprise par les moyens des NTIC.

¹ JAVEAU Claude, l'enquête par questionnaire, 3^{ème} Edition, Parise, 1999, p 29.

² BEEKANDT Cylvie et autre, communication en sante et action social, Ed Nathan, Paris, 1999, p 98.

7.3. L'enquête :

Nous avons procédé a une enquête, durant le 23 mars 2014, au pré de l'entreprise de CEVITAL de Bejaia, où nous avons l'opportunité de questionner un nombre important de collaborateurs, dans le but de :

- ✓ Collecter des informations nécessaires pour découvrir certaines caractéristiques des membres de notre échantillon.
- ✓ Compléter notre questionnaire qui contient 30 questions devise en trois axes.
- ✓ Confirmer ou infirmer nos hypothèses.

7.4. La population d'étude :

7.4.1 L'échantillon :

Cevital de Bejaia est constituée, de 112 agents de maitrise, 66 cadres. Dans le département de GRH.

Le choix d'entretenir cette catégorie socioprofessionnelle « les cadre » revient à plusieurs facteurs dont nous citons le niveau d'instruction où 90% des cadres et agent de maitrise ont suivis une formation universitaire ce que nous facilite à réalise notre questionnaire, ils sont mieux branchés à ce genre de moyens où la majorité les connaissent avant d'être recrutés dans cette organisme. La plus part des NTIC leur usage est favorise à eux, mais pas aux autres catégories comme exécuteurs, leur degré d'appropriation et de maitrise est très élève et même différent par apport aux autres.

7.4.2. Le choix de l'échantillon :

Affin d'avoir accès à notre population d'étude, il à été nécessaire de faire recoure à la méthode d'échantillonnage aléatoire simple qui est définie comme « prélèvement d'un échantillon par un tirage au hasard parmi les éléments de la population de recherche », dont la procédure du choix des éléments aléatoire simple.

Celle-ci est un prélèvement au hasard parmi les éléments de la recherche, afin de donner à chaque individu la d'être sélectionné. Cela est justifie par la difficulté de connaitre les catégories socioprofessionnelles que contiens l'organisme d'accueil surtout au niveau des différents départements et services de l'entreprise CEVITAL.

On a pris un échantillon de 30 personnes dont la totalité de l'effectif de l'entreprise est 178 de la population mère.

8. Les obstacles rencontrés

Chaque recherche scientifique est susceptible d'être confrontée à des problèmes d'ordres différents tant sur le plan théorique que sur le plan pratique qui constitue lui-même une contrainte.

En effet on a rencontré plusieurs obstacles pour réaliser ce travail, récapitulés comme suite :

La pénurie des encadreurs au niveau de l'université se qui nous a retardé le démarrage de notre recherche.

La difficulté d'accéder au terrain d'étude vu le désengagement de plusieurs entreprises de collaborer avec l'université.

La difficulté de distribuer plus de 30 questionnaires et le refus de répondre à certaines questions comme les questions ouvertes, malgré que notre thème n'est pas sensible.

L'indisponibilité de certains enquêtés par motif de pas trouvé de temps pour nous le consacrer.

La fatigue physique par manque de sommeil.

➤ Section1 : La généralité sur les NTIC

1. Définition des NTIC

« Les Technologies de L'information et de la Communication, ou NTIC, représentent l'ensemble des technologies informatiques qui contribuent à une véritable révolution socioculturelle, mais principalement leurs applications dans le champ économique. D'ailleurs ces technologies ne sont plus vraiment nouvelles, d'où le nom de NTIC l'ordinateur portable, la télévision, le téléphone portable, la tablette interactive, l'internet constitue l'ensemble des technologies d'information et de communication. ¹

«La définition internationale qui retient comme champ des NTIC des activités économiques qui contribuent à la visualisation, au traitement, au stockage et à la transmission de l'information par les moyens électroniques. D'autre définition comme celle d'HERBERT SIMON (prix Nobel des sciences Économiques 1978) qui s'est penchée sur les caractéristiques de celles ci. Selon HERBERT les NTIC aident à rendre : « Toute information accessible aux hommes, sous forme verbale ou symbolique, existera également sous forme lisible par ordinateur ; les livres et mémoires seront stockés dans les mémoires électroniques... »

Ainsi les nouvelles technologies d'information et de communication Peuvent être définies comme étant l'ensemble des technologies informatiques et de télécommunication, elles sont les résultats d'une convergence entre technologies. Elles permettent l'échange des informations ainsi que leur traitement. Elles offrent aussi de nouveaux moyens et méthodes de communication. Toute entreprise doit réagir en temps réel et être en mesure de sauvegarder voir d'améliorer supposition compétitive dans le marché »²

« Les NTIC équipement informatique plus ou moins sophistiqué, télécopie, réseaux spécialisés types interne, banques, de données et d'images, messageries, édition électronique. Ces technologie et leur application tentent, malgré des multiples résistances devenir un composant incontournable de la vie scientifique ». ³

¹<http://www.lesNTIC/technologie-de-information-et-de-communication.html>.

² BOUHENNA Ali, *Les enjeux des NTIC dans l'entreprise*, Université de Tlemcen, p 3.

³ LAMIZET Bernard, SJLEM Ahmed, *dictionnaire encyclopédique de sciences de l'information et de la communication*, paris, 1997, p 140.

2. Les caractéristiques des NTIC :

- ✓ **Plus** : les TIC nous apportent des moyens nouveaux en plus de ceux que nous avons déjà, de nouveaux moyens de communiquer, de s'exprimer, de créer, de travailler, d'apprendre, et ce phénomène se perpétue à une vitesse qui semble toujours en s'accélération.
- ✓ **Plus vite** : ce que l'on pouvait faire avant sans les TIC, on peut le faire dorénavant beaucoup plus rapidement avec des TIC, et encore toujours de plus en plus rapidement.
- ✓ **Plus petit** : la miniaturisation est une caractéristique importante des TIC, ce la se manifeste tant au niveau des appareils que des supports d'information.
- ✓ **Plus abordable (cout, convivialité)** : le cout de l'acquisition et de l'utilisation des TIC est, semble-t-il, constamment à la baisse pour un niveau d'utilisation donné, ce qui les rend accessibles à une partie toujours croissante de la population donnant ainsi à chacun des moyens puissants
- ✓ **Plus puissant, plus grand** : les possibilités des outils TIC (appareils et logiciels) vont constamment en s'accroissant, permettant un maximum d'effet.
- ✓ **La multicanalité** : Les TIC utilisent trois canaux à savoir le canal textuel, le canal image et le canal son.
 - **Le canal textuel** : information concernant l'utilisation du cédérom ou du site.
 - **Le canal image** : fixe, animée, de synthèse, icônes.
 - **Le canal sonore** : musique, chansons, paroles (dialogue, monologue, instructions concernant l'utilisation du cédérom ou site)¹

3. Les composants des NTIC :

Les NTIC regroupent l'ensemble des ressources nécessaires pour manipuler de l'information et particulièrement des ordinateurs, programmes et réseaux nécessaires pour convertir, stocker, gérer, transmettre et retrouver.

- ✓ **L'ordinateur**: Est une machine informatique qui permet de manipuler des données sous forme binaire (ou bits), cette machine permet de traiter des informations selon des séquences d'instruction prédéfinies.

¹ <http://fr.scribd.com/doc/56664224/expose-NTIC>.

- ✓ **Le modem:** Est un périphérique servant à communiquer avec des utilisateurs distants. Il permet par exemple d'échanger (envoi / réception) des fichiers, des fax, de se connecter à internet, d'échanger des e-mails, de téléphoner et de recevoir la télévision.
- ✓ **Le téléphone:** Est un appareil de communication, initialement conçue pour transmettre la voix pour fonctionner le téléphone nécessite une infrastructure terrestre ou spatiale, le réseau téléphonique.
- ✓ **Le télécopieur ou téléfax:** Est un appareil électronique qui convertis l'image de document en impulsion électrique pour les transmettre à un destinataire.
- ✓ **Le téléphone mobile:** Est une infrastructure de télécommunication qui permet de communiquer par téléphone sans être reliées par câble à un central.
- ✓ **Global positioning system (GSM) :** Le global positioning system plus connu par son sigle GPS, que l'on peut traduire en français par system de positionnement mondial' ou encore (en respectant le sigle) repositionnement par satellite, est le principale système de positionnement par satellite actuelle.
- ✓ **Le réseau informatique:** Il s'agit d'un ensemble d'appareils électroniques (ordinateur) géographiquement éloignés les uns des autres, interconnectés par des télécommunications, généralement permanentes qui permettent d'échanger des informations entre eux .Les opérations réseau sont un concept d'organisation qui emploie de technologies informatiques¹.
- **Internet :**
« Réseaux mondial associant des ressources de télécommunication et des ordinateurs, serveurs et clients, destiné à l'échange de message électroniques, d'informations multimédias et de fichiers, il fonctionne en utilisant un Protocol commun « Protocol IP »²
- **Intranet :**
« Réseau utilisant les mêmes technologies que l'interne Protocol et application TCP/IP mais uniquement pour communiqes à l'intérieure d'une organisation ou sur son réseau local ou sur un grand réseau privé. intranet à pour avantage de pouvoir relier des systèmes informatique hétérogènes et d'intégrales implication existantes messagerie internet de l'entreprise, serveur web, forums de discussion... »³

¹ [Http://fr.scribd.com/doc/56664224/expose-NTIC](http://fr.scribd.com/doc/56664224/expose-NTIC)

² BOULOC Pierre, NTIC : comment en tire profit, 8 Edition, RIA, Paris, 2003, p 229.

³ Ibid, p 130

- **Extranet :**

« Réseau internet privé de l'entreprise qui utilise les technologies internet « protocoles application TCP/IP » pour relier partenaires, fournisseurs, sous traitants et clients de l'entreprise, et améliorer la qualité et la rapidité des échanges entre ces différents acteurs »¹.

4. La Nature des (NTIC)

« Il est généralement fréquent d'associer les nouvelles technologies d'information et de Communication à la société d'information ce qui donne une dimension sociétale à ces technologies vu leur impact étendu. Autrement dit avec le développement et la diffusion des NTIC on assistera à des modifications de la société elle même voir même de la civilisation et on dit fréquemment qu'à chaque invention ou développement technologique correspond une ère civilisationnelle nouvelle. A cet égard on peut s'attendre à différentes réactions et thèses qui s'affrontent aussi bien pessimiste qu'optimiste comme c'est souvent le cas lorsque des nouveautés Technologiques apparaissent. Néanmoins, ces nouvelles technologies sont relativement hétérogènes et complexes et font appelle à plus d'un secteur (informatique, télécommunication ...) Aussi, ces technologies ne sont pas toutes nouvelles comme nous laisse entendre le concept NTIC. Les techniques d'information par exemple sont plus anciennes qu'intranet ou internet. La première apparition de cette dernière remonte aux années 70 à l'époque où leur utilisation étaient strictement militaire.

La nouveauté dans ce secteur peut donc concerner les produits issus pour la plupart du temps des différentes technologies préexistantes à tout comme par exemple le multimédia. A l'aube du nouveau millénaire on assiste à la création de nouveaux produits hybrides qui combinent à la fois ordinateur et télécommunication en même temps que se développent la création et la diffusion du son de l'image, de la reconnaissance vocale du langage parlé ou écrit associé au téléphone mobile. La nouveauté de ces technologies peut s'identifier à travers les caractéristiques suivantes : ambivalence des NTIC ; La capacité d'hybridation des NTIC.

- ✓ La rapide obsolescence des NTIC.

¹ BOULOC Pierre, op cite, P131.

- ✓ En plus de ces caractéristiques les NTIC ont un aspect multidimensionnel, économique, social, politique, culture..., ce qui les rendent très complexes à analyser et à cerner à tous les niveaux »¹.

5. Les rôles des NTIC

La technologie est donc un instrument, mais pas n'importe lequel. C'est un instrument stratégique, à travers lequel s'expriment des objectifs et des intérêts. Dans le domaine qui nous occupe, c'est-à-dire le rôle des TIC dans le changement organisationnel, il est utile de distinguer différents rôles assignés à la technologie.

- ✓ Le cas le plus répandu est sans doute celui où la technologie joue un rôle de facilitateur des changements. Les TIC permettent en effet une meilleure efficacité dans la gestion de la production et dans la gestion des ressources humaines. Dans cette optique, les TIC offrent une panoplie d'outils, modulables et adaptables.
- ✓ La technologie peut aussi jouer un rôle plus fort, quand elle fournit une infrastructure des services financiers. Les TIC ne sont pas seulement un facilitateur de restructurations de la banque et de l'assurance, elles constituent également l'infrastructure de base des nouveaux services : monnaie électronique, guichets automatiques, banque et assurance en ligne, centres d'appel, etc. Dans certains secteurs, les TIC ne sont pas seulement une panoplie d'outils de changement, elles constituent le support même de l'activité.
- ✓ La technologie peut jouer un rôle plus dynamique, quand elle sert d'incitant à l'innovation. Par exemple, le livre numérique, la presse en ligne, l'édition multimédia sont des opportunités d'innovation que des entreprises de presse et d'édition ont pu saisir en profitant du développement de l'internet et s'emparant de certaines de ses potentialités. D'une manière générale, le caractère ouvert des TIC est un incitant à l'innovation de produits, alors que nombreux auteurs déplorent que les TIC aient été jusqu'ici essentiellement utilisés comme facilitateurs d'innovations des procédés.
- ✓ En raison de sa nature systémique, la technologie peut aussi jouer un rôle de traducteur, c'est-à-dire matérialiser une stratégie de réorganisation abstraite. Les progiciels de gestion intégrée (ERP ou Entreprise Ressource Planning) jouent ce rôle : ils traduisent en procédure le travail en applications informatiques une stratégie

¹ BOUHENNA Ali, Les enjeux des NTIC dans l'entreprise, Université de Tlemcen, p 2.

dérationalisation de la gestion comptable, logistique et administrative d'une entreprise. Enfin, combien de fois la technologie ne joue-t-elle pas simplement un rôle de prétexte, quand elle est accusée d'être la cause du changement organisationnelle raté, de procédures inefficaces ou de dysfonctionnement mal gérés.

6. Le développement historique des NTIC

Dans les années 80 et 90, le développement des NTIC s'est mesuré essentiellement par l'augmentation du nombre des lignes téléphoniques fixes. C'est précisément, en date du mai 1844 que *Samuel MORSE* envoyait pour la première fois dans l'histoire, le premier message public sur une ligne télégraphique reliant les villes de Washington à Baltimore aux Etats-Unis d'Amérique, et de simple fait, il signait « l'entre de l'humanité dans l'ère des télécommunications », après un certain temps, le service télégraphique se généralise d'une façon fulgurant à l'intérieur de l'immense territoire Américain; mais aux frontières de l'état se dressent déjà des obstacles tel que la transcription, la traduction pour permettre la circulation de l'information dans les pays voisins. Pour surmonter cette difficulté, le message est décodé puis remis de main en d'un cote ou de l'autre de la frontière pour le transcrire de nouveau sur le réseau de pays voisin. Cela occasionnait beaucoup de lenteurs et de difficultés. La nécessité fonctionnelle du service télégraphique crée le besoin de coordonner avec d'autres pays et donne lieu à la création de l'union internationale de télégraphie en date du 17 mai 1865. La première convention internationale en la matière à été adoptée et signée à Paris, une vingtaine des membres fondateurs. Un monde sans frontière est né dans la circulation de l'information et radiocommunication.¹

On peut distinguer quatre phases dans l'évolution des applications des TIC en matière d'information et d'orientation. La première était celle de l'informatique *centralisée*, depuis le milieu des années 60 jusqu'à la fin des années 70. Un certain nombre des systèmes d'orientation assistés par ordinateur ont été élaborés et ont montré le potentiel de ces technologies.

La seconde phase à été celle du *micro-ordinateur*, depuis le début des années 80 jusqu'au milieu des années 90. L'avènement du micro-ordinateur à rendue l'utilisation interactive beaucoup plus économique. La troisième phase à été celle de l'utilisation d'*Internet* à la fin des années 90. L'arrivée d'internet signifiait qu'au lieu de systèmes de

¹ DOTIER Jean Froncios, Dictionnaire des sciences humains, paris 2004 p 388.

libre accès, situés dans des centres d'orientation, on pouvait créer des sites Internet accessibles instantanément par les individus à partir d'une grande diversité de lieux, y compris leur domicile.

La quatrième étape est celle du *numérique* dans laquelle nous entrons actuellement. Les technologies distinctes, jusqu'ici à caractère analogique, que constituaient l'ordinateur, la télévision et le téléphone sont en train de fusionner dans un ensemble numérique intégré¹

« Le développement des TIC et la diffusion récente de leur mise en réseau constituent des vecteurs potentielles forts de banalisation de ces échanges et des opérations de traduction afférentes. Cette banalisation peut prendre appuie sur l'effet combiné de la diminution des couts de la facilitation de l'accès, et de l'introduction de dispositifs informatisés de Co- production. Elle tire partie de la diffusion progressive de savoir-faire en matière d'utilisation de ces technologies, et de ces traitements formalises d'information et de codification de l'information, qui prendre appuie sur les TIC, favorise l'extension du domaine des échanges banalisés d'information de ceux qui s'établissent entre acteur sans liens personnalisé préexistants »²

¹ Rôle des TIC dans un système intègre d'information et d'orientation, Document préparé pour un examen des politiques concernant les services d'information, d'orientation et de conseil, Novembre 2001, p 3, PDF

² LE MOENNE Christian, sciences de la société : la communication organisationnelle en débat, la presses universitaires du MIRAL, Parise, 2000, p 101.

➤ La section 2 : L'information dans l'entreprise

1. L'information dans l'entreprise

A notre époque, l'information a pris une ampleur considérable, renforcée par les moyens puissants de diffusion : la presse, l'édition, la radio, le film. L'entreprise ne peut rester indifférente aux événements, du monde dont elle est un élément actif elle doit suivre l'évolution de son économie, les mouvements politiques et sociaux, les progrès scientifiques et techniques, tout en maintenant en fonctionnement un réseau interne de transmission apte à aider l'exercice de commandement et la parfaite connaissance de la portée et l'efficacité de chaque tâche. Ceci nécessite une organisation spéciale, car il est préférable de discipliner l'information.¹

Une entreprise ne pourra survivre que si elle dispose d'un ensemble d'informations suffisantes (information disponible, pertinente, fiable, précise et récente). L'information est une donnée, transformée et structurée sous une forme conventionnelle et intelligible pour être insérée dans une dynamique de diffusion et/ou d'échange (pour être communiquée). L'information dans l'entreprise permet de faciliter la prise de décision « diminue le risque et l'incertitude ». Elle est considérée comme un instrument de liaison avec l'environnement « communication avec les clients, fournisseurs, ... » elle est aussi un facteur de motivation des salariés et même un facteur d'efficacité avec le quotidien de l'entreprise « traitement des commandes »².

2. L'information et communication

Les deux termes, l'information et communication sont souvent confondus, ils méritent cependant une nette distinction. Ainsi, l'information n'est qu'un objet qu'on déplace, qu'on stocke, qu'on classe, qu'on envoie... Elle renvoie simplement à la transmission des données structurées, concerne les situations dans lesquelles seul le récepteur joue un rôle actif et correspond à la simple mise en relation de personnes avec des faits. En revanche, la communication consiste en des échanges d'informations en vue de changer le comportement d'autrui, traite des relations interactives et consiste en

¹ NGUYEN-THANH Fannelly, la communication une stratégie au service de l'entreprise, Edition economica, Paris, 1999, p 55.

² DEMON-LUGOL Lilaine et autres, communication des entreprises stratégies et pratiques, 2^{ème} Edition, Armand collin, Paris, 2006, p 95.

la mise en relation des personnes entre elles. En outre, la communication se distingue par la compréhension ou le sens qui résulte de l'interprétation de l'information transmise. C'est ainsi que faire circuler de l'information en envoyant des messages véhiculés directement ou en utilisant la technologie. La communication c'est autre chose qu'une technologie de l'information.

3. Les sources d'informations

Les sources d'informations pour une entreprise sont nombreuses :

- ✓ **Les informations d'ordres comptables** : donnent une idée sur la situation patrimoniale d'une entreprise (ensemble de ses avoirs et de ses dettes), sur sa capacité à dégager un profit (compte de résultat) et permettent aussi de calculer ses coûts de production (comptabilité analytique) et de fournir une idée de ses marges de manœuvre futures (analyse financière).
- ✓ **Les informations d'ordre commerciales**: (provenant du réseau de vente de l'entreprise) permettent de mesurer le niveau d'adéquation entre la production d'une entreprise et la demande qui lui est adressée, d'évaluer l'impact d'une politique de prix ou de fournir des informations quant aux évolutions des modes de consommation (évolution de la part de marché...).
- ✓ **Les informations d'ordre technique** : permettent à l'entreprise de définir son mode de production en tenant compte entre autre des contraintes qui y sont associées (planification des tâches...). La maîtrise de ces informations techniques est indispensable pour définir un processus productif le plus efficace possible.
- ✓ **L'information d'ordre social** : est indispensable dans le sens où elle détermine le champ d'action des différents acteurs de l'entreprise soit à travers de la définition claire des fiches de poste (qui fait quoi, sous le contrôle de qui...) soit à travers la connaissance des droits et devoirs relatifs à ces différents acteurs (code du travail...).
- ✓ **L'information d'ordre juridique** est essentielle lors par exemple de la création de L'entreprise (aspects juridiques de l'entreprise) mais aussi plus généralement car elle détermine le cadre dans lequel l'entreprise va exercer son activité (activité licite/illicite, pratiques anticoncurrentielles, règles environnementales...)¹

¹ <http://master.firum.com/t173-topic>

4. La diffusion de l'information

Le principal avantage et le plus connu des NTIC restes sans contestes, la rapidité de diffusion de l'information à la fois pour les connaissances intrinsèques fondamentales et pour les connaissances thématiques sur un sujet donné. On l'a déjà souligné, la rapidité de diffusion de l'information permet également sa mise à disposition à la fois aux initiés comme aux profanes. De même, cette mise à disposition rapide de l'information, en suscitant des réactions constructives, se raffine et s'améliore jusqu'à sa validation définitive.

La rapidité de la diffusion de l'information offerte par les NTIC devra permettre d'atteindre une cible de grandeur exponentielle. Ainsi, contrairement aux époques antérieures où le profane devait faire preuve d'une curiosité particulière pour rechercher puis établir un contact physique avec l'institution maçonnique par personne interposée, la disponibilité rapide et quasi universelle des informations de première main est rendue possible grâce aux NTIC. Cela permet bien évidemment d'accélérer le processus de recrutement de profanes, avec l'avantage d'élargissement accéléré de la chaîne d'union qui en découle. Et il y a une corrélation positive entre l'élargissement rapide de la chaîne et la vitesse de diffusion des valeurs maçonniques au sein de la société : plus il y a des frères francs-maçons formés aux enseignements et principes maçonniques, plus nombreux deviennent les formateurs, et en conséquence, plus rapidement se diffusent les enseignements et valeurs maçonniques pour le perfectionnement progressif et rapide de l'humanité.

La facilité de formatage et de diffusion de l'information devra être également exploitée pour assurer à l'institution maçonnique une certaine réactivité face aux grandes questions qui agitent notre humanité. Nous y reviendrons dans la formulation de notre stratégie de communication adossée aux avantages qu'offrent les NTIC.

5. Les chemins de l'information

Que ce soit dans l'entreprise ou partout ailleurs, l'information doit circuler, mais dans l'entreprise, cet impératif s'inscrit dans une logique économique, selon l'enchaînement communication-motivation-productivité. Car on ne peut pas demander à des individus de participer à une œuvre collective en aveugles. Le chef doit informer les

subordonnés des objectifs à atteindre « l'information descendante », il doit réciproquement être renseigné sur le travail accompli et s'informer de l'état d'esprit du groupe auquel il commande « information ascendante ». En outre il doit recevoir, le plus rapidement possible et sans que ses subordonnées fassent écran autour de lui, les renseignements que les services ont pu recueillir sur l'extérieur : clients fournisseurs, administration, conjoncture. « Information transversal » Pour plus d'explication :¹

✓ **Une voie ascendante :**

Elle a été longtemps négligée et il est toujours dans les organisations autocratiques car considérée comme source des perturbations et des troubles en entreprise. Elle est par conséquent peu formalisée et ses supports sont le plus souvent des voix informelles directes, des échanges verbaux, des tracts, des lettres ouvertes ou indirectes, des bruits, des rumeurs... Le déploiement d'enquête et de baromètre s'inscrivent dans une logique de communication ascendante. D'autres pratiques telles que : forum d'opinions, focus groupes et réunions participent également. L'information ascendante est celle qui part du subordonné au supérieur hiérarchique. Elle circule sous forme des notes d'information, des réunions, des rapports.

✓ **Une voie descendante :**

La plus connue, la plus utilisée : les messages partent d'un certain niveau hiérarchique. L'information est diffusée vers les équipes et les collaborateurs de façon directe, ou en cascade via le management. Ses supports sont : journal interne, affichage, réunion, note de service, information vidéo, e-mails... L'information descendante est celle qui va de la direction de l'entreprise vers les salariés. Elle est à différencier de l'information ascendante. L'information descendante est celle qui part du supérieur hiérarchique vers le subordonné. Elle est soit orale (circulé de bouche à oreille, soit par téléphone), soit écrite (note de service, ordre, circulaire, fiche d'instruction).

✓ **Une voie transversale :**

Cette communication naturelle aux petites structures irrigue souvent plus difficilement les structures moyennes ou grandes. Au sein des grandes structures elle se traduit souvent par des groupes projet, mêlant des équipes des différents horizons.

¹ AUDIGIER Guy, DECAUDIN Jean Marc, communication et publicité, Edition Dunod, paris, 1992, p 92

➤ **La section 2 : La communication organisationnelle dans l'entreprise**

1. communication organisationnelle

Selon DETERIE PHILIPPE: la communication est un ensemble des principes, d'action et des pratiques visant à donner des sens, pour favoriser l'appropriation à donner de l'âme, pour favoriser la cohésion et inciter chacun à mieux communiquer pour favoriser le travail en commun.¹

1.1. La communication pensée par le système de Taylor :

« Le taylorisme est un système d'organisation du travail qui à profondément modifie le statut des compétences technique et les informations nécessaires à la production mais il peut aussi être regardé comme la première information d'organisation.

Pour Taylor, l'univers de l'organisation est divisé en exécutants et en concepteurs, entre les deux pôles (exécutants, concepteurs) la communication se réduit aux documents d'information, écrits par les seul concepteurs ou dirigeants. Or la seule occasion réelle de communication entre operateurs et concepteurs vient, soit des difficultés à appliquer les normes imposées, soit des dérapages observés par les organismes de contrôle ». ²

1.2. La communication pensée par le système des relations humaines :

Avec la prise en compte de l'information des relations humaines pour la compétitivité de l'organisation est plus particulièrement en tant que système, commence à émerger dans les organisations est un système qui prend en compte les relations entre la culture, l'organisation et les individus sous ses formes et tous les niveaux hiérarchiques. La communication organisationnelle vient de la conscience qu'un système uniquement fondé sur le transfert d'information ne peut seul prendre en compte, les fonctionnements et les

¹ DETERIE Philippe et BOYER Catherine, la communication interne au service de management, 2^e édition liaisons, 2001, p 42.

² NGUYEN – THANH Fannelly, la communication une stratégie au service de l'entreprise, édition, economica, paris, 1991, p 17.

dysfonctionnements d'une organisation quel que soit et ne peut garantir la mise en application des stratégies décidés par la direction générale.

On comprend par là, que la communication organisationnelle cherche à aboutir à un rapprochement entre les différentes unités afin de construire un homogène ou il y aura un partage commun de valeur.

2. Le développement de la communication au sein des entreprises :

La communication organisationnelle n'est pas une préoccupation récente, on peut voir son émergence dans les années d'après-guerre, même si des journaux d'entreprise existaient depuis plus d'un siècle, sa prise en compte se concrétise officiellement par la création des comités d'entreprise et par le lancement des premiers supports d'information interne à grande diffusion la création de « LUJJEF » en 1947 qui donne un statut à l'information dans l'organisation.

La période après 1968 aux années 1980 voit apparaître un nouveau flux d'information d'ailleurs des textes législatifs ont été promulgués dans ce sens portant sur le développement de la concertation avec le personnel d'encadrement : « le chef d'entreprise doit rechercher les moyens d'améliorer l'information et de développer la consultation du personnel d'encadrement dans les domaines intéressant la politique générale de l'entreprise en vue de permettre à ce personnel de mieux exercer les responsabilités qui lui incombent ».¹

« A partir des années 1982 le salarié a le droit d'expression les salariés bénéficient d'un droit à l'expression directe et collective sur le contenu et l'organisation de leur travail, ainsi que sur la définition et la mise en œuvre d'action destinées à améliorer les conditions de travail dans l'entreprise ». ² Depuis quelques années, la communication organisationnelle se rapproche du management. Le développement des structures participatives avec les cercles de qualité et autres groupes de progrès (création de l'association française des cercles de qualité en 1981). La volonté de renforcer la

¹ DETERIE Philippe et BROYER Catherine, la communication interne au service de management, 2^e édition, édition liaisons, paris, 2001, p39.

² Ibid, p 40.

cohésion avec la célébration des valeurs, les audits de culture et de valorisation de l'histoire de l'entreprise.

3. Les moyens de la communication organisationnelle :

L'organisation utilise un ensemble des moyens et d'outils pour permettre l'accès à l'information et assurer sa circulation au sein de l'entreprise pour mieux informer et faire participer les travailleurs à la prise de décision.

3.1. Les moyens oraux

La communication ne peut se concevoir sans écoute ni analyse provenant des Cibles. C'est la base de toutes élaboration des messages et évaluation sérieuse des actions de communication, c'est l'outil essentiel qui permettra de vérifier dans quelques mesures les objectifs auront été atteints.¹

- **Les réunions** : Les réunions préparées sont une occasion particulièrement propice pour passer la communication fonctionnelle et la communication interpersonnelle. La cohésion d'une équipe de travail se construit autour des objectifs de l'entreprise ou de service, optimiser l'efficacité des réunions de travail nécessite une réflexion sur les thèmes suivants :

- ✓ Les objectifs des réunions, la répartition des rôles.
- ✓ Les types de réunions (de travail, d'information, de prise de décision)
- ✓ Les facteurs d'efficacité des réunions (animateur, moyen, méthode)²

- **Le téléphone** : Il constituait traditionnellement un outil de communication interpersonnelle, or avec le développement des numéros verts et des téléconférences le téléphone doit être considéré comme un outil de communication de l'entreprise, la téléconférence peut résoudre les problèmes liés à la non disponibilité physique des personnes, notamment lors des réunions de travail, le téléphone peut aussi être utilisée

¹ BEAU Dominique et DAUDEL Sylian, stratégie d'entreprise et communication, édition Dunod, Paris, 1992, p 84

² Ibid, p 145.

pour diffuser un certain nombre d'informations par la mise à disposition permanente de personnel d'un numéro-information.

- **Les séminaires :** Formation, animation, la formation est un lieu privilégié de communication de nombreuses sociétés maintiennent des cycles de formation dans le seul but de renforcer la culture, la motivation ou le sentiment d'appartenance de leur personnel.¹

- **Les circuits informels :** Ils se créent tout au long de l'histoire de l'entreprise, ils sont généralement plus efficaces, mais plus crédibles que les circuits formels, ils s'enracinent dans les relations existantes entre les groupes culturels, l'utilisation des circuits informels est particulièrement importante pour désamorcer les rumeurs, ou crédibiliser des messages allant à l'encontre de ceux habituellement diffusés dans l'entreprise.

- **Les portes ouvertes, les visites d'entreprise :** Elles permettent d'augmenter l'interprétation de trois univers, l'entreprise, le personnel et l'environnement externe local. Elles permettent aussi de faire connaître le milieu de travail du personnel à la famille ; d'approfondir la connaissance de l'entreprise.²

3.2. Les moyens visuels

- ✓ **Les affiches :** Elles sont des outils classiques de l'entreprise, qu'elles se présentent sous la forme traditionnelle de papier ou d'affiches lumineuses, elles sont généralement bien utilisées en communication organisationnelle.
- ✓ **Les films :** les films d'entreprise sont trop souvent vus comme le moyen privilégié de la communication organisationnelle ; or ils ne sont pas adaptés à toutes les situations et leurs effets sont limités, car des fois ils ne permettent pas de résoudre sur le problème liée à la communication, soit parce qu'ils ne correspondent pas ou plus aux attentes et aux besoins du personnel.

¹ Ibid, p 103.

² DETRIE Philippe et BROYER Catherine, Opcit, p 135.

3.3. Les moyens écrits

L'écrit est le premier vecteur de communication organisationnelle. Bien utilisé, il permet de transformer des obligations de communication (diffusion, transmission d'instructions, publication de résultats) en occasions des contacts.

Si la communication écrite reste dominante, son support évolue : le papier est progressivement remplacé par les moyens électroniques même si peu d'entreprise ont réussi à imposer « zéro papier ».¹

- ✓ **Note de service :** La note de service telle qu'elle est utilisée dans les entreprises est plus un outil de management qu'un outil de communication dans la mesure où elle arrive à cet effet pervers que le salarié ne la lit plus pour être informé car soit il est déjà informé, soit il considère que ce que contient la note d'information ne le concerne pas. La note de service est indispensable pour confirmer certaines informations données par l'intermédiaire.²
- ✓ **Le compte rendu de réunion :** C'est un résumé des différentes interventions faites au cours d'une réunion, c'est un document de référence synthétique et fidèle qui est diffusé aux personnes ayant assisté à la réunion.
- ✓ **Le journal d'entreprise :** Il permet de rappeler l'appartenance des salariés à un groupe ou une société de créer une vie de groupe, une vie collective et de donner des informations jugées nécessaires et intéressantes sur la vie collective et sur celle de l'entreprise. Le journal d'entreprise peut devenir le lien entre les salariés quelque que soit leur rattachement, c'est-à-dire conçu comme mode participatif amenant ainsi les personnes à s'impliquer en devenant source d'information ou collaborateur du journal.³

¹ DEMONT-Lugol Liliane et autres, communication des entreprises stratégies et pratique, 2^{ème} édition, Armand colin, 2006, p 206.

² NGUYEN-THANH Flannelly, op cit, p 104.

³ Ibid, p 105.

3.4. Les moyens technologiques

✓ **Les messageries** : les systèmes de messageries sont peut être moyens d'endiguer c'est la marée blanche mais elle suppose un changement de comportement de la part des cadres.

✓ **Télécopie et télex** : Ce sont des moyens rapides de communication entre établissement et entre filiale.

✓ **Internet** : Le net, dit-on couramment donne à ses usagers la clé d'un monde virtuel ; ce considère parmi les medias de masse qui sont apparus au cours de se siècle.¹

✓ **Intranet** : l'intranet facilite et accroît considérablement les échanges informationnels de tous types entre les collaborateurs

4. Les modèles de communication organisationnelle

Les modèles de communication organisationnelle représentent les différentes manières dont l'information est transmise au sein d'une organisation il existe plusieurs types d'orientation de la communication possible dans une entreprise tout d'abord selon *Isabelle LAURIN*, il est possible de reconnaître une communication descendente (vers le bas), une communication ascendante (vers le haut) et une communication horizontale (latérale).

✓ **la communication descendante (vers le bas) :**

Historiquement appartenait aux dirigeants au sein des organisations une dimension tactique, c'est-à-dire de soutien à la bonne exécution des décisions, plutôt que stratégiques celle de la participation à la prise de décision, la communication vers le bas réalise à la direction informé et transmet des messages à ses employés.

✓ **La communication ascendante (vers le haut)**

¹ BAYLON Christian et MIGNOT Xavier, la communication : les outils et les formes de la communication ; une présentation méthodique et illustrée, 2^{ème} édition, Nathan, p 388-309.

La communication ascendante se définit par l'ensemble des pratiques visant à faire remonter, vers la haute direction, les attentes et les besoins d'information des employés. La communication organisationnelle ne saurait être efficace si elle ignorait ce volet (remonter l'information vers la haute direction).

selon *KATZ* et *KAHN 1987*, les messages généralement transmis dans cette forme de communication peuvent consister en information relative aux problèmes et au rendement des employés, de l'information touchant les politiques et les méthodes organisationnelles ou bien de l'information sur les directives pour effectuer une tâche, les outils utilisées dans le cadre d'une communication ascendante sont entre autre les réunions de service, les sondages auprès des salariés et les boîtes à idées.

✓ **La communication horizontale (latérale)**

La communication latérale est celle qui intervient entre deux personnes occupent des postes de même niveau hiérarchique ou de niveau hiérarchique différent. la communication entre les salariés doit en même temps être encouragée et contrôlée en milieu de travail.

5. Les objectifs de la communication organisationnelle

L'objectif de communication organisationnelle consiste à gérer de manière optimale couple demande / offre d'information dans l'organisation sa veut dire que les messages qu'elle produit doivent être reçus compris, ils doivent passer.

✓ **Au service du projet d'entreprise**

La communication organisationnelle accompagne le socioéconomiques de l'entreprise dont présente les objectifs et les modalités. La communication dans l'entreprise repose sur des projets concrets découlant d'objectifs réel.

✓ **Accompagner le management**

Chaque type d'organisation correspond à un style de management et de communication. l'organisation *Taylorienne* décomposé soigneusement les rôles et les tâches de chacun dans un cadre marqué par le silence et l'application muette des

directives. La recherche actuelle des modes de management plus participatifs suppose le développement de relation, de dialogue et d'écoute.

La communication organisationnelle participe à la construction d'une image unifiée et positive de l'entreprise. L'image que le salarié a de son entreprise, des qualités requises pour y réussir, et de son fonctionnement global, conditionne en grande partie la motivation et l'implication de chacun. La communication organisationnelle sert aussi à :

- ✓ Sensibiliser le personnel aux objectifs de l'entreprise, et ce par divers outils, réunions sur des programmes de formation.
- ✓ aider la hiérarchie à faire descendre et remonter l'information qui joue un rôle fondamentalement dans l'évitement de la circulation des rumeurs.
- ✓ Faire connaître les différentes facettes de l'entreprise (projet, réorganisation interne, l'audit de communication) pour avoir une bonne perception de notre image en externe
- ✓ construire un esprit d'équipe et renforcer l'adhésion du personnel dans le but d'impliquer le personnel à son organisation.

➤ Section 1 : L'internet

1. Définition de l'internet

C'est un mot anglais des Etats-Unis composé d'« inter » et « net » tiré du network (réseau) « interconnected net Works », c'est un réseau mondial de télécommunication reliant entre eux des ordinateurs ou des réseaux locaux et permettent l'acheminement des données numérisées de toute sorte (message électronique, image, texte, sons,...).

« Réseaux mondial associant des ressources de télécommunication et des ordinateurs, serveurs et clients, destine à l'échange de message électroniques, d'informations multimédias et de fichiers, il fonctionne en utilisant un Protocol commun IP « Protocol internet ».¹

2. Les services de l'internet

Nous allons décrire les principales utilisations par l'internet en débutant par le plus médiatisé d'entre eux :

a) L'intranet :

L'intranet est un réseau informatique local c'est-à-dire utilisé uniquement à l'intérieure d'une entreprise ou d'une organisation quelconque. Ce réseau local utilise les mêmes technologies que l'internet. Plus précisément, il s'agit d'un système « utilisateur-serveur ». Tout comme lors de l'utilisation d'un navigateur (mozilla, internet explorer, opéra,...), l'usage envoie la requête au serveur qui à son tour va renvoyer une réponse à un autre usager.

L'intranet est par définition interne à l'entreprise, c'est-à-dire que seules les personnes autorisées ont accès aux données du système d'information général (SIG). Toutefois, la plus part des réseaux intranet sont également créés afin d'être accessibles depuis n'importe où dans le monde à condition d'avoir accès à un poste de travail connecte a l'internet et de posséder les identifiant et mot de passe nécessaire.²

b) L'extranet

L'extranet élargit l'accès à l'internet à un publique extérieur à l'entreprise, public restreint et sélectionné (clients, fournisseurs) en réalité l'extranet n'existe pas dans l'entreprise, mais il y a une liaison entre le poste et la société dont on utilise un mot de passe pour entré

¹ BOULOC Pierre, NTIC : comment en tire profit, 8 Edition, RIA, Paris, 2003.p 229.

² LAMIZET Bernard, SJLEM Ahmed, dictionnaire encyclopedique de sciences de l'information et de la communication, Edition Ellipses, paris, 1997.p 199.

dans le réseau de la poste afin de consulter le compte de la société et de transmettre les données au service finance et comptabilité.¹

c) Le Groupware

C'est un processus de travail de groupe désignant les outils informatique facilitant le travail d'équipe de projet. Il offre ainsi une meilleure complémentarité à la messagerie électronique. C'est aussi un logiciel qui permet un ensemble des personnes de travailler en groupe. Ce genre de logiciel utilise tous types de réseaux publique ou privé et bien entendu internet, intranet, extranet. Ce dernier ouvre la voie vers une nouvelle façon de travail, car il permet la coordination, la coopération et la communication².

d) Le Workflow

C'est un ensemble de dispositifs technique permettant la diffusion, l'administration et l'exécution d'un flux d'information au sein de groupe de travail. Le champ d'application du Workflow est une forme de travail impliquant un nombre limite de personnes devant accomplir, en un temps limite, des taches articulées autour d'une procédure, définie et ayant un projetif global. Son intérêt c'est d'optimiser la cohérence entre les intervenants et les temps de réponses et également de simplifier le travail de chacun en lui précisant les taches en prévoyant des procédures prédéfinies.³

e) Microsoft Outlook

Microsoft Outlook est un gestionnaire d'informations personnelles et un client de courrier électronique propriétaire édité par Microsoft. Il fait partie de la suite bureautique Microsoft Office. Cet outil est une application de courrier électronique qui propose une organisation efficace des taches et des contacts, il propose une fonction de multi-utilisation pour l'organisation comme le partage de courrier et la gestion de l'emploi du temps. Cet outil de gestion permet la facilité de la communication et la bonne circulation de l'information dont l'objectif principale, facilite de l'utilisation de courrier électronique par le personnel d'une organisation⁴.

f) E-mail (courrier électronique)

Le message permet d'envoyer toute sorte de messages directement à son interlocuteur et contourne les problèmes d'absence ou de ligne occupée. On peut, de plus, envoyer le message à plusieurs personnes très facilement.

¹ Lilaine Demont-Lugol et autres, communication des entreprise stratégies et pratiques, 2^{ème} Edition, Armont collin, paris, 2006, p 122.

² Marie- Hilene Westphalen, communicator : le guide de la communication d'entreprise, 3^{ème} Edition, Dunod, Paris, 2001, p 222.

³ Ibid, p 222.

⁴ Ibid, p233.

La messagerie offre tous les avantages de l'écrit sur l'oral. Le temps de l'écriture favorise la réflexion et la précision. Le commerce électronique n'est ni une technologie ni un utile isolé. Il résulte d'une combinaison de technologie, d'application, de stratégie, d'organisation et de processus. Il ne peut être mise en œuvre par une seule entreprise fonctionnant isolément. Il exige de nombreux participants. En résumé, le commerce en ligne est affaire de liaisons.¹

3. Les fonctionnalités de l'internet dans l'entreprise.

- **L'interaction** : Internet est un média interactif qui permet la construction d'une relation entre fournisseur et client mais également entre clients. L'interactivité client-fournisseur permet entre autre le développement du profil du client, l'évaluation en ligne des besoins du client, la gestion des plaintes,... L'interactivité entre clients peut développer la confiance des clients envers l'entreprise et diminuer le service après-vente.
- **La fidélisation** : Internet a ouvert des nouvelles voies dans ce domaine. Au-delà des programmes de fidélisation classiques qui peuvent exister sur le Net, le développement de la connaissance client via ce média permet à l'entreprise de mieux satisfaire les attentes de celui-ci et développer sa fidélité. Internet peut également contribuer à l'augmentation des coûts de transfert.
- **La communication** : Internet constitue un média supplémentaire pour informer le client et entrer en contact avec celui-ci. La communication est envisagée ici sous l'angle du contenu informationnel faisant l'objet de la relation. Au-delà du site en lui-même, l'entreprise peut communiquer avec ses clients à travers des *E-mails*, de newsletters ou de forums.
- **La transaction** : L'entreprise peut via internet réaliser des devis, gérer la commande et recevoir le paiement des clients.
- **Le service et service ajouté** : Internet permet à l'entreprise d'élargir le service offert au client, soit simplement en offrant un nouveau média ou en innovant et développant de nouveaux services complémentaires.
- **Le multimédia** : Internet permet la diffusion des textes, des sons et des messages vidéos. Grâce au multimédia, le client pourra par exemple obtenir une meilleure visualisation des produits de l'entreprise sur le *Web* que sur un imprimé.

¹ Lilaine Demont-Lugol et autres, communication des entreprise stratégies et pratiques, 2^{ème} Edition, Armont collin, paris, 2006,p144

- **L'ergonomie** : la commodité de l'organisation des pages et du site va attirer et retenir l'internaute.
- **La disponibilité** : la disponibilité 24heures/24 et 7jours/7 est un des grands avantages d'internet pour la gestion de la relation client.¹

4. L'internet et la performance des entreprises

Internet représente plus particulièrement un accélérateur de développement pour les PME. Notre étude met en lumière l'existence d'une corrélation forte entre l'utilisation des technologies Web par des salariés des entreprises ainsi que leur client et fournisseurs, d'une part, leur rythme de croissance et leur capacité à exporter. Au cours des trois dernières années, les entreprises « à forte intensité Web » ont crue deux fois plus vite que les autres (7%, contre 3%). Elles ont aussi exporté deux fois plus (réalisant en moyenne 4 % de leur chiffre d'affaires à l'export, contre 2,6 % pour celles à intensité web moyenne et 2 % pour celle intensité Web). Par ailleurs, les PME françaises à très forte croissance se caractérisent par une utilisation plus intensive des technologies Web et sont également celle qui crée le plus d'emplois.

Les PME bénéficient de l'usage d'internet à plusieurs titres. L'internet permet à toutes d'améliorer leur rentabilité, l'internet apparait de surcroît comme un accélérateur de développement pour les PME, d'une part, et leur rythme de croissance, ainsi que leur capacité d'export, d'autre part. Ce sont là les principaux enseignements qui ressortent de deux études que nous avons menées successivement pour évaluer l'impact d'internet sur les entreprises.

Plusieurs éléments de cette enquête ayant révélé un impacte particulièrement important d'internet sur la croissance et la compétitivité des PME. L'internet permet aux entreprises de réaliser des gains de rentabilité, les entreprises déclarent leur à permis de réaliser 15% de gains de rentabilité en moyenne, à la fois grâce à l'amélioration de leur chiffre d'affaires et à la réduction de leurs couts. Il s'agit là d'une amélioration très substantielle, si on applique ce ratio au résultat d'exploitation de ensemble des entreprises

en 2009, on à aboutit a un montant comparable à la contribution d'internet. Au cours de la seul période.²

¹CADIAT Anne-Christine, DE MOERLOOSE Chantal, [l'impact d'internet sur la gestion de la relation client](#), Université Catholique de Louvain-la-Neuve, Belgique, 2000, p 16, DOC.

² SAINT-ETIENNE Christian, [l'impacte d'internet sur l'économie française : comment l'internet transforme notre pays](#), France, mars 2011, p 17, PDF.

➤ La section 2 : Le commerce électronique

1. Définition de commerce électronique :

Selon la définition de l'OCDE, le commerce électronique ou E-commerce en anglais est la vente ou l'achat de bien ou de service effectuée par une entreprise, une administration, ou toute autre entité publique ou privée et réalisée au moyen d'un réseau électronique. On distingue :

- ✓ L'échange électronique entre les entreprises, souvent appelé B2B (acronyme anglais de business to business).
- ✓ Le commerce électronique à destination des particuliers, B2C (business to consumer), il s'agit de site web marchand, type télé-achat.
- ✓ Le commerce électronique entre particulier ou C2C (consumer to consumer), il s'agit des sites web permettant la vente entre particulier (immobiliers, bourses, annonces, échanges).
- ✓ l'échange électronique entre les entreprises privées et gouvernement, souvent appelé B2G (business to gouvernement) ou B2A (business to administration).

2. Caractéristiques du commerce électroniques :

2.1. La gestion de flux :

La gestion de flux caractérise le commerce électronique par opposition à la gestion des stocks qui structure l'organisation d'une usine de montage ou d'un commerce de proximité, les systèmes de gestion des bases des données constituent des stocks qui ont un impacte sur les processus de l'entreprise, mais l'encombrement des entrepôts des données n'est pas comparable à celui des stocks physiques de marchandises .et leur gestion ne pose pas les mêmes problèmes de manutention. le commerce électronique vise à coordonner des flux de natures différentes :

- ✓ Les transactions commerciales et financières.
- ✓ Les flux des marchandises, matérielles et immatérielles.
- ✓ Les flux d'information (procédure administratives de déclaration, saisie dans les bases des données).
- ✓ Les flux de client (profils et comportements).

Ces flux ne sont pas tous dématérialisés. L'enjeu du commerce électronique est de gérer et d'ordonner ces flux afin de maximiser la satisfaction du client.¹

2.2. L'interactivité des échanges

La deuxième caractéristique de commerce électronique est l'interactivité qui est favorisée par la globalisation des échanges. L'interactivité est soit asynchrone, soit en temps réel. L'interactivité en mode asynchrone se manifeste par exemple dans les applications de messagerie la réaction à l'émission d'information n'est pas immédiate. en fonction de l'interface choisie par l'entreprise l'émetteur reçoit un accusé de réception et il sait si le message envoyé a été consulté. Quant au récepteur, il choisit de répondre ou de laisser le message en attente.

L'interactivité peut aussi être en temps réel comme c'est le cas pour les marchés spots et les ventes aux enchères: les acheteurs présents sur le site réagissent à l'annonce des prix proposés, soit pour surenchérir soit en abandonnant la partie. Grâce à la globalisation des échanges électroniques, ces places de marché connaissent un grand succès, tant auprès du consommateur final que des entreprises.

2.3. La transparence des applications pour l'utilisateur

Une autre caractéristique du commerce électronique est la transparence des applications pour l'utilisateur final. En effet la globalisation des échanges et l'interconnexion des systèmes permettent à l'utilisateur de faire appel à grand nombre d'applications sans qu'il rende compte. Cette transparence est renforcée par la mutualisation des ressources en particulier le partage des bases de données ainsi, une application n'est pas associée à une base d'information mais s'appuie sur un système global.

De plus, la reprise de l'existant et la complexité des systèmes intégrés font qu'une même information peut souvent être obtenue de différentes manières. De fait, l'utilisateur ils s'attachent à la valeur de l'information qu'il recherche et non à la manière dont celle-ci lui est livrée par le système. Le mode de déploiement du

¹ BITOUZET Christine, le commerce électronique, hermès science publication, paris, 1999, p 93.

commerce électronique qui mobilise les utilisateurs pour identifier les fonctionnalités des applications à développer contribue à maintenir la transparence des applications vis-à-vis de l'utilisateur final. En conclusion, la transparence des applications tend à croître : tandis que le traitement des données se complexifie, la convivialité des interfaces augmente et permet à l'utilisateur d'interagir avec la machine sans apprentissage spécifique.¹

3. La diversité des applications de commerce électronique

3.1. Les applications externes

3.1.1. Relation interentreprises

« Les relations interentreprises sont caractérisées par la technologie utilisée, ou par le besoin de service auquel elles tentent de répondre. En effet il y a une certaine progression dans la complexité et l'expertise nécessaire à la mise en œuvre des technologies, qui va de pair avec la croissance du nombre des fonctionnalités.

Cependant, il est très difficile de caractériser le comportement des entreprises quant à leur choix en matière des technologies de l'information car celui-ci dépend non seulement des qualités techniques des technologies mais aussi de l'organisation interne de l'entreprise et de son environnement ».²

3.1.2. Relation concernant les administrations :

Les applications de commerce électronique mises en œuvre par les administrations sont caractérisées par la nature des services fournis. Mais cette typologie est très liée à l'environnement socioéconomique et politique. Les applications de commerce électronique avec les administrations remplissent quatre grandes fonctions :

- ✓ L'information des entreprises et des citoyens
- ✓ La simplification des procédures déclaratives
- ✓ La production des statistiques.

¹ BITOUZET Christine, OP cite, p104-105.

² Ibid., p 55.

- ✓ L'automatisation de certaine transaction.

3.1.3. Relation aux particuliers :

Les applications de commerce électronique externes couvrent les entreprises, les administrations et les particuliers. Celles qui concernent le grand public peuvent être décrites en fonction des acteurs impliqués. Les applications de commerce qui s'adressent au grand public comprennent les services des entreprises aux consommateurs, les services administratifs et les échanges individuels.

Parmi les services au consommateur final, on distingue ceux qui s'adressent à une clientèle cible bien connue des entreprises et ceux qui visent à drainer de nouveaux clients. Les produits de grande consommation sont commandés et payés en ligne, puis livrés au domicile du client. Le site web est ouvert à tous les internautes, l'objectif étant d'adresser la cible la plus large possible pour augmenter son chiffre d'affaires. Par ailleurs les exploitations des technologies internet pour identifier le profil des clients réguliers et analyser leur comportement ont permis de développer un service de conseil personnalisé auprès de sa clientèle fidèle. Enfin les applications de commerce électronique des entreprises aux particuliers visent souvent à constituer une communauté de clients sur internet, ce qui se traduit parfois par la création de clubs qui donnent des avantages à leurs adhérents.¹

3.2. Les applications internes

3.2.1 Typologies fonctionnelle des applications internes

Les applications de commerce électronique internes sont classées selon deux grandes fonctionnalités, l'information et la communication à l'intérieur de l'entreprise et la gestion de la coopération et du travail en groupe, le besoin d'information et de la communication émane à la fois des individus et des services internes, la généralisation des échanges électroniques offre des opportunités nouvelles en terme de contenu et de mode de diffusion de l'information le besoin d'information et de communication dans l'entreprise est donc très important, en quantité et en qualité, ce besoin est renforcé par l'accélération des processus de

¹ BITOUZET Christine, Op cite p 68.

changements liés à l'évolution de l'environnement concurrentiel et au développement des nouvelles technologies de l'information. Dans une organisation en mouvement, les individus ont besoin de connaître la stratégie globale dans laquelle s'inscrit leur action, le premier objectif du développement des échanges électroniques est l'amélioration de l'information et de la communication entre les unités au sein d'une entreprise ce qui est très souvent avancé, c'est la nécessité de renforcer la communication transversale entre les équipes afin de mieux coller à l'organisation par projet prônée par les directions d'entreprise.¹

3.2.2. Les objectifs des projets internes

« Les objectifs énoncés pour les projets de commerce électronique internes sont rarement en parfaite adéquation avec les fonctionnalités mises en œuvre. Cela tient à ce que d'une part objectifs peuvent être formulés a posteriori pour justifier les investissements, cependant, les objectifs des projets de commerce électronique reflètent le choix de la méthode de mise en œuvre, ainsi lorsque les objectifs sont nombreux et diversifiés, cela se traduit au niveau de la démarche de déploiement par des tensions dont la résolution crée la dynamique du projet.

✓ Informer et communiquer

La première objectif du développement des échanges électroniques est l'amélioration de l'information et de la communication entre les unités au sein d'une entreprise, ce qui est très souvent avancé, c'est la nécessité de renforcer la communication transversale entre les équipes afin de mieux coller à l'organisation par projet prônée par les directions d'entreprise. Les applications de commerce électronique interne renforcent la communication par la mobilisation de ressources autour d'un projet d'équipe ».²

✓ Tester une technologie

Les applications de commerce électronique internes ont pour objectif de tester les technologies de l'information et de la communication avant d'entreprendre un

¹ BITOUZET Christine, OP cite, p 71.

² BITOUZET Christine, OP cite, p 76.

projet plus vaste. Les technologies internet se prêtent d'autant plus volontiers à cette approche qu'elles permettent de concevoir un module.

✓ **Intégrer les technologies internet dans un projet stratégique**

La contribution à un projet stratégique global de l'entreprise constitue l'objectif des applications de commerce électronique. Les démarches d'intégration peuvent être de deux sortes, soit le développement des échanges électroniques est imposé par la direction, soit ce sont les acteurs concernés qui élaborent les nouveaux usages. Par ailleurs, l'intégration des nouvelles technologies de commerce électronique résulte aussi d'une démarche de long terme de sensibilisation et de formation des acteurs dans l'entreprise. Les utilisateurs sont concertés au sein de groupes de travail pour déterminer la démarche et les modalités d'exploitation des nouveaux outils. Ainsi, les usages du commerce électronique émergent d'un processus interactif de coopération entre les techniciens du système d'information, les directions métiers pour le contenu des services et les utilisateurs.¹

4. Les objectifs de commerce électronique

Les principes qui fondent le développement des échanges sociaux sont la recherche ou le maintien du pouvoir, le capital de confiance qui existe entre les interlocuteurs et la volonté de pérenniser les échanges de même, le commerce électronique s'appuie sur un équilibre entre ces trois pôles : le pouvoir, la confiance et la fidélisation.

4.1. Traiter l'information

Du point de vue des utilisateurs, la dématérialisation des échanges facilite la recherche d'information. Celle-ci s'effectue au moyen de moteurs de recherche d'annuaires ou par l'intermédiaire des portails. Par ailleurs, l'information est mise à disposition sur des portails dont l'audience se mesure à la rapidité avec laquelle ils permettent à l'utilisateur d'accéder aux informations recherchées. Cependant, les portails sont financés par les bandeaux publicitaires et les entreprises qui se font répertorier sur le site.

¹ Ibid, p 77-78.

4.1. Partager les ressources

Pour les entreprises, le développement des échanges sur internet permet de mettre en commun des ressources capacités d'investissement, infrastructures, compétence technique et expériences pour les ressources marketing qui peuvent être partagée entre les entreprises par exemple, la constitution d'une galerie commerciale en ligne conduit à créer une identité ou une marque. Or l'effet de marque et de notoriété est très important sur le réseau car il génère notoriété et audience sur le site. Donc la participation à une galerie réduit les couts d'enregistrement du commerçant sur les moteurs de recherche.

4.2. Créer et gérer la confiance

La mise en œuvre du commerce électronique se heurte au problème de la reconnaissance entre les parties de l'échange, accrue par l'absence de contact physique entre les acteurs, pour une entreprise, il s'agit en particulier de s'assurer que l'émetteur n'usurpe pas l'identité du porteur de message, de plus, la date d'émission à parfois valeur de preuve. En effet, la confiance entre les partenaires externes, fournisseurs et clients ou prestataires ou internes, est déterminante pour la réussite des affaires, en général la confiance est alimentée par des relations fréquentes entre les individus, l'évolution des problèmes communs et la constitution de dossiers(commandes, accusés de réception, facteur reformings réguliers qui fondent la relation, ainsi, la dématérialisation des échanges complique la création et le maintien de la confiance entre les entités. Cette confiance est d'autant plus nécessaire au niveau des PME que celles-ci ne se lancent pas seule sur des projets de commerce électronique et recherchent au contraire des partenariats et des ressources complémentaires, c'est pourquoi le développement des échanges électroniques s'accompagne de nouveaux modes d'action qui visent à créer et gérer la confiance entre les acteurs.¹

¹ BITOUZET Christine, OP cit, p 160-169.

➤ La section 1 : Les NTIC dans l'entreprise

1. Comment réussir l'introduction des NTIC dans l'entreprise

« Afin de réussir l'introduction des nouvelles technologies au sein d'une entreprise il faut s'assurer que :

- ✓ Avant de s'aventurer dans de telle technologie, il est prudent de créer des groupes de travail pour observer les concurrents et le marché et pour réfléchir sur le potentiel usage qu'il peut en être fait.
- ✓ La création des projets pilotes permet de mettre en place des équipes techniques Compétentes pour mesurer l'impact sur l'organisation, puis valider les choix avant la généralisation de la nouvelle technologie à l'ensemble de la firme. Avec cette méthode pragmatique on diminue le risque d'échec et de rejet.
- ✓ En outre, pour que la greffe réussisse, il est souvent préférable que les nouvelles pratiques viennent cohabiter voir hybrider les anciennes et s'appuyer sur elles. Cela veut dire une fois on implante Internet, par exemple, la substitution des communications électroniques aux anciennes doit s'opérer par étape. Ainsi, on commence par mettre en ligne des services publics simples et incontournables comme le répertoire téléphonique ou la messagerie, en les doublants en premier temps par les supports classiques papiers qui disparaîtront ensuite progressivement ».¹

« Avec les NTIC ; la performance technique n'est plus un critère déterminant de succès, mais c'est l'appropriation des projets par l'ensemble du personnel qui les légitime. C'est ainsi qu'une information à partir d'internet ne sera d'aucune utilité si les individus ne communiquent pas à travers cette information et par conséquent l'investissement conçu en NTIC sera inutile.

L'arrivée des NTIC a provoqué une rapide évolution des métiers et afin de suivre cette mutation la firme doit adopter une politique de formation continue aux nouvelles méthodes de travail, aux nouveaux modes de gestion de l'information.

¹ Ali BOUHENNA, Les enjeux des NTIC dans l'entreprise, Université de Tlemcen, p 8, PDF

Enfin, tous les acteurs de l'entreprise doit être inclus dans le changement ce qui leur permet de se sentir bien positionnés et bien motivés dans leur nouvelles environnement, sans cette motivation le projet des NTIC ne peut atteindre ses objectifs »¹

2. La taille de l'entreprise et les NTIC

Plusieurs études ont porté sur la relation entre les TIC et la taille de l'entreprise. Cette relation peut s'exprimer de différentes façons. La première question est de savoir s'il existe une différence dans l'adoption des TIC par groupe de tailles. Cette question à été examinée dans un grand nombre d'études dans plusieurs pays [par exemple Dunne (1994) pour les États-Unis ; Baldwin et Diverty (1995) pour le Canada ; ou Bartelsman et al. (1996) pour les Pays-Bas]. La plupart de ces études observent que l'adoption de technologies de pointe, comme les TIC, augmentent avec la taille des entreprises et des établissements. Confirme ce résultat pour le Royaume-Uni, au moyen de données récentes concernant diverses technologies de réseau, utilisées dans des combinaisons différentes. Elle montre que les grandes entreprises de plus de 250 salariés sont plus susceptibles que les petites, d'utiliser des technologies de réseau comme les intranet, internet ou l'EDI ; elles sont également d'avantage susceptibles de disposer de leur propre site Web. Toutefois, les petites entreprises comptant de dix à 40 salariés sont davantage susceptibles d'utiliser internet comme unique technologie de réseau. Les grandes entreprises sont également davantage susceptibles d'utiliser une combinaison »²

« Les entreprises utilisant l'intranet, l'EDI et internet et disposant également de leur propre site Web représentent plus de 38 % de l'ensemble des grandes entreprises britanniques, mais moins de 5 % des petites. De plus, près de 45 % de l'ensemble des grandes entreprises utilisent déjà des technologies à haut débit alors que la proportion est de moins de 7 % parmi les petites. Ces différences sont dues en partie à des usages différents des technologies de réseau dans les grandes et petites entreprises.

Les grandes entreprises peuvent utiliser ces technologies pour réorganiser la circulation de l'information et la communication au plan interne et intégrer ces flux dans l'ensemble du processus de production. Certaines petites entreprises n'utilisent Internet qu'à des fins de marketing. De plus, dans les grandes entreprises, les cadres et les employés qualifiés aident souvent à faire fonctionner la technologie.

¹ Ali BOUHENNA, Les enjeux des NTIC dans l'entreprise, Université de Tlemcen, p 9, PDF

² Les TIC et la croissance économique, Panorama des industries, des entreprises et des pays des Organisation des coopérations des développements économiques (L'OCDE), Edition OCDE, Paris , 2003, p79, PDF

On peut également se demander si les TIC ont une incidence sur la taille des entreprises, ou redessinent les limites des entreprises au fil du temps. Cette question est liée à l'idée que les TIC pourraient aider à abaisser les coûts de transaction et donc modifieraient les fonctions et les tâches qui devraient être réalisées en interne et celles qui pourraient être réalisées à l'extérieur de l'entreprise. Cette question n'a été examinée que par un nombre limité d'études au niveau de l'entreprise, qui pour la plupart utilisent des données de sources privées. Ainsi, Hitt (1998) a constaté que l'utilisation accrue des TIC était associée à un recul de l'intégration verticale et un accroissement de la diversification. De plus, on a enregistré parmi les entreprises qui étaient moins intégrées verticalement et davantage diversifiées une plus forte demande de capital des TIC. Motohashi (2001) a observé que les entreprises équipées en réseaux informatiques externalisaient davantage d'activités. L'interaction entre la taille et l'âge est également importante, car elle fournit un lien avec la création de l'entreprise.

Était assez faible. Luque (2000) a confirmé ce résultat, mais a observé que l'âge pourrait avoir un rôle, selon la taille de l'entreprise. Les petits établissements nouveaux sont davantage susceptibles d'adopter des technologies de pointe que les petits établissements anciens ».¹

3. Les investissements dans les NTIC

La part des TIC dans l'investissement est un indicateur essentiel de leur diffusion. En effet, investir dans des TIC, c'est mettre en place l'infrastructure de leur utilisation (les réseaux de TIC) et apporter aux entreprises des matériels et logiciels productifs. Par rapport à ceux des États-Unis, les investissements dans les TIC ont été nettement moindres dans de nombreux pays européens. La forte croissance des investissements dans les TIC a été alimentée par la chute rapide des prix relatifs du matériel informatique et l'extension du champ d'application de ces technologies. En raison des progrès technologiques rapides de la production des principales TIC – comme par exemple les semi-conducteurs – et de la forte pression concurrentielle qui marque leur production, leurs prix se sont contractés de 15 % à 30 % par an, ce qui a rendu l'investissement dans les TIC intéressant pour les entreprises. Les effets bénéfiques de la baisse des prix des TIC se sont fait sentir dans toute la zone de l'OCDE, car ses bénéficiaires ont été à la fois les entreprises qui ont investi dans ces technologies et les consommateurs qui ont acheté des biens et des services

¹ Les TIC et la croissance économique, Op cite, p80 ,PDF

des TIC. Par ailleurs, le coût n'est pas le seul élément : les TIC sont porteuses, pour les entreprises, d'importantes retombées positives potentielles, par exemple l'amélioration des flux d'information et de la productivité.¹

❖ *Le dirigeant confronté à la décision d'investissement en tic.*²

Au cours des deux dernières décennies, des investissements en TIC ont marqué la vie des entreprises, toutes tailles confondues la modalité d'usage de ces technologies sont disparates selon les entreprises, et le degré d'appropriation est très variable selon les acteurs économiques. La généralisation de ces investissements n'a pas eu à court et moyen terme les effets escomptés sur la performance financière et organisationnelle des entreprises. Cette situation a suscité une interrogation, rendue célèbre sous le nom de « Paradoxe de Solow ». Aujourd'hui, quinze années plus tard, la question du retour sur investissement des dépenses consacrées à l'informatisation ne trouve encore que des réponses partielles (*Askenzy et Grianlla, 2000*) font pourtant apparaître le rôle, sur la production globale des facteurs, des efforts de réorganisation interne postérieurs aux décisions d'investissement informatique, ces auteurs ajoutent que l'informatisation seule n'améliorerait en rien les performances des entreprises. Lorsque on limite le champ d'analyse aux seules PME l'impacte du recours au TIC apparaît encore plus complexe à analyser. Les applications apportées sont nombreuses :

- ✓ Une rentabilité des investissements en TIC plus faible dans des PME que dans la grande entreprise.
- ✓ Une démarche stratégique qualifiée d'émergente. L'absence de la décision structurée dans une PME freine la mise en place d'une veille qui dépasse le cadre des technologies en usage dans un secteur d'activité.
- ✓ La faiblesse de la congruence des investissements en TIC avec la stratégie des PME.

Les investissements en TIC présentent une originalité par rapport aux autres investissements et en accroître la complexité pour le dirigeant de PME. Ces technologies ouvrent en effet des nouvelles perspectives productives (automatisation de certaines tâches).

Cette décision d'investissement doit donc être prise dans un contexte général que nous pouvons qualifier encore aujourd'hui de sous-information ou de sous-connaissance.

¹ Les TIC et la croissance économique, Op cite, p 22, PDF

² BOUTARY Martine, TIC et PME : des usages aux stratégies, L'ARMATTAN, paris, 2003, p 27.

« Aujourd'hui, il devient important pour les dirigeants d'entreprise de prendre conscience des difficultés liées à la mise en place de projet NTIC, le risque est d'autant plus grand quand on s'aventure à essayer d'intégrer d'une manière totalement désordonner sans qu'il y est réellement une étude qui prend en charge tous les aspects décrits, de plus, on constate que tout projet informatique comporte des risques, même lorsqu'il est mené par des personnes expérimentés et on peut citer deux risques majeurs qui peuvent surgir :

- La solution choisie n'est pas livrée du tout ou à temps
- La solution livrée ne correspond pas aux attentes »¹

4. La stratégie des entreprises face au NTIC

« Le ou les dirigeants, grâce à leur formations de leur ouvertures d'esprit, s'intéressent aux TIC et cherchent les utiliser pour redéfinir leur positionnement stratégique, leur produits et leur organisations. Les applications dont ils effectuent ou suggèrent la mis en place son multiples, leurs résultats peuvent être tout fois visibles ou seulement attendus.

Ces stratèges évoquent avec un réel enthousiasme, les différentes étapes de leur démarches, leur perspectives à moyen et longue terme, même si leur résultats actuels ne sont pas toujours à la hauteur des investissements personnels et financiers ».²

« Les NTIC ont un effet sur la culture de l'entreprise, si elles réussissent à s'implanter avec les méthodes traditionnelles de travail, c'est que l'entreprise à bien déterminé l'impact des NTIC dans sa stratégie,» Se donner une stratégie fait gagner en rapidité"»³

« La rapidité avec laquelle se propage l'utilisation des NTIC et les avantages Qu'elles offrent à leurs utilisateurs, les placent parmi les premières occupations de toute, on identifie deux stratégies possibles : la Stratégie d'attente, et la stratégie offensive.

¹ M. S. Boudjebbour, Les Projets NTIC: source de performance de l'entreprise, Division Systèmes d'Information, CERIST, Ben Aknoun, Alger, Algérie, p 161, PDF.

² BOUTARY Martine, Op cite. P 30

³M.S. Boudjebbour, Les Projets NTIC: source de performance de l'entreprise, CERIST, Ben Aknoun, Alger, Algérie, P 157, PDF.

❖ *Stratégie d'attente.*

Les tenants de cette stratégie, qualifiés de pessimistes et peu sensibles aux changements. Que peuvent apporter les nouvelles technologies d'information et de communication, ne croient pas à leur nécessités, ou du moins pas pour le moment.

Les arguments qu'utilisent les dirigeants qui freinent ce déploiement, sont tout à fait légitime ». ¹

« Pour eux, ces nouveaux outils sont inadaptés à un travail sérieux, ce n'est pas un objectif prioritaire pour l'entreprise, investir dans de tel outil coûte très cher pour le peut de résultats qu'il peut rapporter pour l'entreprise.

Lorsqu'ils s'aperçoivent de l'importance du phénomène ils réagissent mais cette Réaction risque de venir trop tard surtout en matière de maîtrise de ces techniques et l'effet de l'expérience de l'apprentissage est des phénomènes clé de la compétitivité. A cet égard VAN LIEFLAND soutient l'idée « qu'en général les gens qui ne sont pas attirés par le changement y viennent plus tard ne serait ce que par le désir de faire partie de la communauté même s'ils ne sont pas intéressés par la maîtrise technologique ». ¹

Cependant l'économiste PHILIP EVANS affirme qu' « une stratégie attentiste est généralement mauvaise, mieux vaut échouer cinq fois de suite pour avoir essayer trop tard que d'échouer une seule fois pour avoir essayer trop tard. ». Dans ce cas l'échec est définitif.

❖ *La stratégie offensive.*

Cette stratégie d'engagement, paraît la plus appropriée pour toute entreprise qui veut jouer un rôle moteur et conforter son image. En effet, l'introduction des NTIC dans l'entreprise va permettre d'améliorer la productivité (bien qu'elle ne soit pas évidente généralement on parle de productivité organisationnelle) et la qualité des prestations, ce qui valorise leur image sur le marché. Une telle stratégie va leur permettre également de s'intégrer dans l'univers des NTIC et de faire face à la globalisation. La stratégie offensive permet aux clients de l'entreprise à surmonter le passage vers la mondialisation.

La mise en œuvre de cette stratégie dépend aussi du profil du manager s'il est le genre qui aime prendre le risque, avoir un comportement d'engagement, un mordue de la technologie, vouloir apprendre et améliorer ses connaissances. Adopter la deuxième

¹ BOUHENNA Ali, Les enjeux des NTIC dans l'entreprise, Université de Tlemcen, p 4.

stratégie, la stratégie offensive pour l'acquisition des nouvelles technologies n'est plus une question de choix mais plutôt une exigence, un impératif »¹

5. Les limites des NTIC

N'importe qu'elle surveillance via internet doive être déclarée à la CNIL qui est la (*Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés*). L'employeur doit indiquer le but de cette surveillance et la durée de conservation des données qui ne doivent pas être excessive.

De même, l'employeur ne peut pas sanctionner un salarié sur la base d'un traitement non déclaré. Or les traitements pour lesquels l'employeur a désigné un CIL (un Correspondant Informatique et Liberté) ne sont pas obligés de faire la déclaration. Or le salarié de l'entreprise peut être sous pression et il n'est pas couvert par la protection des représentants du personnel. Dans chaque cas l'employeur doit informer les salariés et les responsables du personnel de la mise en place d'un dispositif de cyber surveillance.

En effet, même au travail le salarié a le droit au respect de sa vie privée. Tout document informatique ou papier présent sur l'ordinateur ou dans le bureau du salarié sont considérés professionnels sauf s'ils sont clairement identifiés comme personnels. Toutefois ces documents personnels peuvent en présence du salarié être consultés par l'employeur. Or, l'employeur peut interdire l'utilisation des NTIC à des fins personnelles. En cas de non respect, le salarié peut être sanctionné. Cependant, si la jurisprudence définit que l'utilisation est raisonnable elle ne peut pas justifier un licenciement.

En 2008, sur 100 personnes interrogées 74 déclarent qu'ils utilisent leur ordinateur de travail pour des tâches personnelles, 15 nient qu'il l'utilise à des fins personnelles et 11 préfèrent ne pas répondre. Cet histogramme nous montre le pourcentage de personnes qui en 2008 déclaraient lors d'un sondage qu'ils envoyaient des e-mails, qu'ils visionnaient des sites internet, leurs informations bancaire, qu'ils faisaient des achats sur internet, qu'ils écoutaient de la music ou regardaient films et image, qu'ils « chataient » ou qu'ils laissaient des commentaires sur des blogs.

¹ BOUHENNA Ali, Les enjeux des NTIC dans l'entreprise, Université de Tlemcen, p 5.

➤ **La section 2 : L'impact des NTIC**

1. L'impact des NTIC sur la performance de l'entreprise :

« Les performances des TIC dans les entreprises ne sont pas simplement liées à leurs performances intrinsèques. Le degré d'intégration et d'utilisation de ces technologies dépendent pour une large part des conditions dans lesquelles elles sont mises en œuvre et accompagnées. Les TIC participent aux nouveaux modes d'organisation des firmes comme des outils à mobiliser et non comme des éléments structurants prédéfinis. Ce ne sont pas les technologies en soi qui sont opérantes, mais la façon dont les entreprises saisissent l'opportunité de leur adoption pour se transformer, se restructurer, redéfinir leur potentiel stratégique et leur métier, en remettant en cause leur fonctionnement précédent. Pour être effectives, les relations entre les nouvelles formes d'organisation des firmes et les technologies de l'information ne se réduisent donc pas à des relations de causalité : les deux registres interagissent en performance. Le poids important des conditions de mise en œuvre sur les performances et les effets des technologies explique la grande variabilité des développements et des utilisations de ces technologies dans les entreprises. La recherche de régularités s'avère tout particulièrement difficile et on pourrait d'ailleurs avancer que ce sont souvent les conditions même de la mise en œuvre qui constituent le facteur de régularité le plus marqué. Ne serait-ce que parce que le déploiement des TIC est fortement influencé par les recommandations de consultants et de fournisseurs qui contribuent à reproduire, d'une entreprise à l'autre, des applications et des modes d'organisations semblables. Cette constatation n'est en rien spécifique de la situation française. Différents auteurs ont déjà noté des résultats du même ordre. Ainsi, les différentes contributions réunies par *Scott Morton* (1991) soulignent toute l'importance de ces conditions de mises en œuvre et relèvent que la diffusion des équipements et des services de TIC varie considérablement selon les firmes, les secteurs industriels et les pays. *Ciborra* (1996) note également que les systèmes d'information qui ont du succès ne naissent pas d'une démarche stratégique rationnelle et planifiée, comme le laisse entendre la littérature, mais d'un processus »¹

¹ Benghozi Pierre-Jean et Patrick, L'organisation de la production et de la décision face aux TIC, brousseau.info, 1999, p 203, PDF.

« D'innovation à l'intérieur de l'entreprise, porté par des acteurs puis repris par les directions générales. Une des caractéristiques de la mise en œuvre tient à la façon dont s'est constitué le système technique.

Les TIC pénètrent dans une entreprise donnée en fonction de l'histoire de l'informatisation et de la culture spécifique de l'entreprise. Les entreprises sont confrontées, sans toujours s'en rendre clairement compte, à des infrastructures qui s'autonomisent et suscitent leur propre mode de fonctionnement, leurs propres contraintes, leur propre logique de développement »¹

De nombreuses études fournissent des indications sur les incidences des TIC sur les performances des entreprises. Ainsi, selon une étude sur les États-Unis s'appuyant sur des données extraites d'enquêtes sur la technologie les établissements les plus technologiquement en pointe versaient déjà des salaires plus élevés avant l'adoption des nouvelles technologies et ils étaient plus productifs, aussi bien avant qu'après avoir adopté des technologies de pointe ».²

2. L'impact des NTIC sur le changement organisationnel

L'impact des TIC sur le changement organisationnelle c'est notamment le cas des dépenses consacrées à l'amélioration des qualifications ou au changement organisationnel. Les études montrent en générale que les retombées des TIC sont maximales quand l'investissement dans ces technologies est associés à d'autres changements organisationnels, tels que nouvelles stratégies, nouveaux processus et pratiques industrielles ou nouvelles structures organisationnelles. Comme ces changements organisationnels varient en général selon l'entreprise, les études économétriques indiquent en moyenne une incidence positive de l'investissement dans les TIC, mais avec des variations considérables selon les organisations. Plusieurs études utilisant des statistiques officielles des États-Unis ont examiné le lien entre les TIC et le capital humain et le changement organisationnel.

TIC et du changement organisationnel sur les performances. Ils ont constaté que les changements dans les pratiques visant les ressources humaines, comme le développement

¹ Benghozi Pierre-Jean et Patrick, Op cite, p 204, PDF.

² Les TIC et la croissance économique, panorama des industries des entreprises et des pays L'organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), EDITION OCDE, France, Parise, P 65-66 PDF.

du travail en équipe et le raccourcissement des chaînes hiérarchiques, n'avaient pas sensiblement modifié les élasticités de la production de l'entreprise par rapport au capital de TIC, au capital hors TIC et à la main-d'œuvre. Elle a cependant montré que l'introduction de changements organisationnels augmentait la productivité globale du travail.¹

« Les perspectives offertes par ces changements organisationnelles pourraient toutefois être affectées par des barrières de nature politique. Les entreprises qui permettaient la communication interne et qui innovaient au niveau organisationnel semblaient davantage en mesure de créer les conditions d'une adoption fructueuse des technologies de pointe. De plus, ces changements semblaient également accroître la capacité de l'entreprise à s'adapter à l'évolution des conditions du marché grâce à l'innovation technologique et la réduction des stocks. Pour le Royaume-Uni, Caroli et Van Reenen (1999) ont exploité l'enquête sur les relations sociales dans l'entreprise (*Workplace Industrial Relations Survey*), qui comportait des questions sur l'introduction de la microélectronique et les changements organisationnelles. Ils ont montré que le changement organisationnel, la technologie et les qualifications étaient complémentaires, et notamment que le changement organisationnelles réduisait la demande de travailleurs sans qualifications, qu'il était retardé par le creusement des écarts régionaux dans la rémunération des qualifications et qu'il avait la plus forte incidence sur la productivité dans les établissements les mieux dotés initialement en qualifications. Pour les Pays-Bas, Broersma et McGuckin (2000) ont également observé que l'utilisation de l'ordinateur était liée à l'introduction de pratiques d'emplois flexibles, comme par exemple le recours accru au travail temporaire et à temps partiel. Pour la Suisse, Arvantis (2003) a examiné l'influence des TIC, des nouvelles pratiques en matière d'organisation du lieu de travail, de l'instruction et de la formation liée au travail »²

De gestion et de décision dans l'entreprise. S'il est difficile de parler d'impact sur l'organisation, c'est aussi qu'on ne peut implanter les TIC avec succès que dans des entreprises à même de les recevoir ou bien correspondant au mode d'organisation

¹ Ibid, p 78, PDF.

² Les TIC et la croissance économique, Op cit, p79, PDF.

implicite porté par ces technologies. Les TIC expriment en effet une vision de l'organisation qui intègre déjà les nouvelles pratiques de management »¹

3. L'impact des NTIC sur les conditions du travail

L'introduction des TIC dans les organisations conduit à s'interroger sur leurs possibles effets sur le travail et les conditions de sa réalisation. En effet, il convient plutôt de parler d'interaction entre les technologies et le travail. Car les nouvelles technologies changent bien sûr le travail, mais des nouvelles organisations du travail appellent en retour l'émergence d'outils adaptés à un contexte en évolution. Les perceptions de l'impact sur les conditions de travail sont très variées et dépendent beaucoup des types de TIC, « traditionnelles » ou « récentes ».

« En effet, les impacts directs ou induits des TIC sur les conditions de travail sont nombreux et variés, à la mesure de la pluralité de leurs fonctions et des contextes de mise en œuvre. La course à l'innovation dont elles ont fait l'objet devant se poursuivre à court et moyen terme, leurs impacts vont certainement continuer à s'étendre et à se renforcer ».²

« *Paul Osterman* est l'auteur de « l'impacte des technologies de l'information sur les postes de travail est les spécialités des personnels » au fur et à mesure que les technologies de l'information modifient la façon de travailler, elles affectent le profil de compétences exigé des collaborateurs et leur lieu de travail. Transformation qui affecte à son tour la formation et l'apprentissage, et aussi les compétences de l'encadrement »³

« Cette perception favorable est aussi le reflet d'une affirmation peu discutée : les TIC ont amélioré les conditions de travail. Si la Fondation européenne pour l'amélioration des conditions de vie et de travail constate une corrélation positive entre l'utilisation de l'ordinateur et la satisfaction professionnelle, une telle appréciation n'a cependant pas fait l'objet d'études approfondies. Le changement permanent dont les TIC sont à la fois objets et facteurs implique que leurs effets sur les utilisateurs sont rarement étudiés.

¹ Benghozi Pierre-Jean et Patrick, L'organisation de la production et de la décision face aux TIC, brousseau.info, 1999, p181, PDF.

² Tristan Klein, Daniel Ratier, L'impact des TIC sur les conditions de travail, centre d'analyse stratégique, Direction générale Du travail, France, Février 2012, p 9, PDF

³ MORTON Michael S. S Michael, l'entreprise compétitive au future : technologie de l'information en transformation de l'organisation, Édition d'organisation, paris, 1995, p 9

Le risque de n'obtenir qu'une analyse provisoire, rapidement datée et donc sujette à caution, à sans doute été un facteur défavorable au lancement de telle étude.

Il demeure aujourd'hui et constitue un problème persistant pour l'analyse de l'impact des TIC sur les conditions de travail. Certaines caractéristiques de l'impact des TIC sur le contenu du travail n'ont pas moins été établies »¹

« Pour chacune de ces tendances, les effets produits sur les conditions de travail peuvent être favorable ou négatif mais rarement neutre. Ils sont apparus au fil de la diffusion des technologies nouvelles dans les entreprises, en se cumulant. Des interrogations ont peut se faire en dépit d'un regard globalement positif sur les TIC. Il paraît donc opportun de donner à la relation entre l'homme et la technologie l'importance qui lui revient en suscitant et en éclairant le débat sur ce qu'il est possible et souhaitable dans un tel domaine. Pour cela, l'exploration de l'impact des TIC sur les conditions de travail constitue une approche pertinente face aux enjeux »².

« L'impact des technologies de l'information sur les emplois particuliers impacte qui représente un point de départ approprié, mais qui risquerait à la longue de conduire à une sous-estimation des problèmes à résoudre. Les technologies nouvelles en particulier les NTI, risquent de transformer bien plus fondamentalement le travail en particulier ces technologies risquent de modifier la nature même des spécialités et d'altérer au sein de ferme les interrelations entre l'emploi et fonctions c'est vers ces phénomènes que nous allons maintenant nous tourner »³

4. L'impact des NTIC sur les ressources humaines

« Dans un climat de changement accéléré provoqué par les technologies de l'information, l'importance des ressources humaines nécessaires pour réaliser les potentialités des nouvelles technologies de l'information fait maintenant l'objet de beaucoup d'attention. Au fur et à mesure que les chercheurs étudiaient les succès et les échecs des tentatives d'adoption et de mise en place des technologies de l'information,

¹ Tristan Klein, Daniel Ratier, Op cite, p 11, PDF.

² Tristan Klein, Daniel Ratier, L'impact des TIC sur les conditions de travail, centre d'analyse stratégique, Direction générale Du travail, France, Février 2012, p 12, PDF.

³ MORTON Michael S. S Michael, l'entreprise compétitive au future : technologie de l'information en transformation de l'organisation, Édition d'organisation, paris, 1995, p290

l'importance et la complexité des problèmes des ressources humaines se sont de plus en plus manifestés. Alors qu'autrefois on ne se préoccupait que des seules conséquences des technologies de l'information sur le personnel de l'organisation, on pense maintenant aussi à celles qui exercent les technologies de l'information, la culture de l'entreprise et les ressources humaines. Des travaux récents ont fait clairement apparaître l'importance des normes internes de la firme et de ces politiques du personnel dans le choix des technologies de l'information, de leur mode d'implantation et de leur plus ou moins réussite dans la poursuite des objectifs de la direction ».¹

« L'impact humain est très important dans la mise en place des NTIC car on considère qu'un manager doit participer au développement de l'entreprise, savoir réagir dans des délais très courts et y faire face. Il existe plusieurs type de manager dont ceux qui se demandent s'il ne vont pas disparaître par la perte de pouvoir due au partage de l'information, et d'autres, attachés à un mode de fonctionnement hiérarchique classique et qui s'adapte à ces nouveaux schémas d'organisation basés sur la transversabilité et la circulation de l'informations "C'est le statut de l'information et celui de l'action de s'informer qui à changé avec en toile de fond l'association détention de l'information détention du pouvoir qui disparaît", comme l'affirme dans son article. Ceci nous ramène à dire qu'il faudra des profondes mutations dans les façons de travailler et surtout que chacun est capable d'innover et d'anticiper les changements duse aux nouvelles organisations. A partir de là, on dira que pour mieux réussir, il faut un nouvel état d'esprit, c'est-à-dire, avoir la conviction que la réussite dépend de l'état d'esprit de ceux qui conduisent les changements.

C'est-à-dire, que deux dimensions s'introduisent dans le management qui relève d'une part du *traitement* de l'information et d'autre part de la *gestion* de l'information. Cependant, il est clair que toute nouvelle fonction installée induit pour les employés un changement de culture en profondeur car c'est lui qui offre le plus de résistance, et ont constate qu'aujourd'hui, les modes de fonctionnement des organisations n'ont pas favorisé ni la transparence ni le partage de l'information »².

¹ MORTON Michael S. S Michael, Op cite, p 106.

² M. S. Boudjebbour, Les Projets NTIC: source de performance de l'entreprise, CERIST, Ben Aknoun, Alger, Algérie, P 157, PDF.

« Black et Lynch (2001) ont observé que l'introduction des pratiques visant les ressources humaines est importante pour la productivité, comme le fait de donner aux employés d'avantage dans la prise de décision, ou l'introduction des mécanismes d'intéressement au bénéfice ou des nouvelles pratiques en matière de relations sociales. GRH »¹

5. L'impact des NTIC sur l'économie

« L'impact économique des TIC dépend étroitement de l'ampleur de la diffusion des différentes technologies concernées au sein des économies de l'OCDE. Ceci est partiellement dû à la nature réticulaire des TIC : plus il y a de personnes et d'entreprises utilisatrices du réseau, plus nombreux sont ses effets bénéfiques. La diffusion des TIC varie considérablement d'un pays de l'OCDE à l'autre, car certains d'entre eux ont investi d'avantage ou plus tôt dans ces technologies.

Un second élément déterminant du point de vue de l'impact économique des TIC est la taille du secteur des TIC, c'est-à-dire du secteur producteur des biens et des services des TIC. Le fait de disposer d'un secteur producteur de ces technologies peut avoir son importance, car leur production s'est distinguée par des progrès technologiques rapides et à rencontré une demande très soutenue. Ce secteur a donc connu une croissance très rapide et contribué largement à la croissance économique, à l'emploi et aux exportations. En outre, l'existence d'un secteur des TIC fort peut aider les entreprises désireuses d'utiliser ces technologies, car la proximité de producteurs des TIC peut comporter des avantages pour le développement d'applications des TIC ; elle peut aussi contribuer à faire naître les compétences que suppose un usage bénéfique des TIC, et enfin déclencher des disposition d'entreprises comme cela a été le cas dans la Silicon Valley ou dans d'autres systèmes productifs locaux. Ainsi, l'existence d'un secteur des TIC peut soutenir la croissance, mais comme l'ont montré des travaux antérieurs de l'OCDE, il ne s'agit pas d'une condition préalable (OECD, 2001) ».²

« Le troisième facteur déterminant l'impact des TIC dans les différents pays de l'OCDE est la distribution de ces technologies au sein de l'économie. A l'opposé du fameux apophtegme de Solow « Les ordinateurs sont partout, sauf dans les statistiques de

¹ Les TIC et la croissance économique, panorama des industries des entreprises et des pays L'organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), EDITION OCDE, France, Parise, 2003, p 78, PDF.

² Ibid, p 22, PDF.

productivité», les ordinateurs sont en fait fortement concentrés dans le secteur des services, comme l'indique pour les États-Unis. Elle illustre la part de l'ensemble du stock matériel et logiciel qui est de nature informatique.

Le terme de "nouvelle économie" est utilisé pour désigner la hausse de croissance générée à partir de la fin des années 1990 par les NTIC aux États-Unis. Le chiffre d'affaires directement généré par Internet, qui était estimé à 4 milliards de dollars en 1994, aurait atteint 301 milliards de dollars (soit 318 milliards d'euros) en 1998, chiffre comparable à celui des industries phares de l'économie américaine (350 milliards de dollars pour le secteur automobile). En France, les NTIC auraient contribué à 5 % du PIB, 3,5 % de la richesse nationale et 15 % de la croissance économique en 1998 ».¹

¹ Les TIC et la croissance économique, Op cite, p24, PDF.

➤ La section 1 : Présentation de l'organisme

1. La présentation de CEVITAL

Les entreprises de Bejaïa ont réussi un défi majeur celui de faire partie du marché mondial. En 2011, les entreprises de la wilaya de Bejaïa ont exporté.

CEVITAL est parmi les entreprises algériennes qui ont vues le jour de l'entrée de notre pays en économie de marché elle contribue l'agrément au développement de l'industrie agroalimentaire national et elle vise à s'imposer dans le marche interactionnelle.

CEVITAL est une Société par Actions au capital privé de 68,760 milliards de DA. Elle a été crée en Mai 1998. Elle est implantée à l'extrême –Est du port de Bejaia. Elle est l'un des fleurons de l'industrie agroalimentaire en Algérie qui est constituée de plusieurs unités de production équipées de la dernière technologie et poursuit son développement par divers projets en cours de réalisation. Son expansion et son développement durant les 5 dernières années, font d'elle un important pourvoyeur d'emplois et de richesses. *CEVITAL* Food est passé de 500 salariés en 1999 à 3996 salariés en 2008.

CEVITAL FOOD donne une grande importance au contrôle de qualité de ses produits. Cela s'est traduit par l'engagement de la direction dans le Processus de certification ISO 22000 version 2005. Toutes les unités de production disposent de laboratoires (micro biologie et contrôle de qualité) équipés d'outils d'analyse très performants.

CEVITAL elle est à l'arrière port de Bejaia à 200 ML du quai : Ce terrain à l'origine marécageux et inconstructible à été récupéré en partie d'une décharge publique, viabilisé avec la dernière technologie de consolidation des sols par le système de colonnes ballastées (337 KM de colonnes ballastées de 18 ML chacune ont été réalisées) ainsi qu'une partie à gagner sur la mer.

Pour plus d'information, ci-dessous les coordonnées:

Adresses: Nouveau quai port de Bejaia.

Tél: +213 (0) 34 20 20 00 / **Fax:** +213 (0) 34 21 27 73

Site internet : www.cevital-agro-industrie.com

2. Les valeurs de CEVITAL

Un référentiel des valeurs à été mis en œuvre. Leurs applications doivent être le reflet d'un comportement exemplaire. Nous prônons des valeurs, qui doivent inciter les collaborateurs à créer la confiance et la solidarité entre eux, basées sur le respect mutuel:

- ✓ *Ecoute et Respect*
- ✓ *Intégrité et Transparence*
- ✓ *solidarité et Esprit d'équipe*
- ✓ *initiative et persévérance*
- ✓ *Courage et Engagement de performance*
- **Ecoute et respect**

Nous demandons à nos collaborateurs d'avoir de l'écoute et du respect mutuel. Les relations saines sont la base de toute communication entre les personnes. Nous prenons également en compte nos clients et fournisseurs, nos partenaires commerciaux et institutionnels, nos concurrents et l'ensemble de la communauté. Nos collaborateurs sont porteurs de l'image de l'entreprise, nous attendons d'eux un respect à tout instant de l'environnement.

- **Intégrité et transparence**

Nous demandons à nos collaborateurs d'avoir un haut niveau éthique professionnel et d'intégrité accompagnés d'une grande transparence dans tous les actes de gestion et de management. Dire ce que l'ont fait

- **Solidarité et esprit d'équipe**

Encourager et agir dans le sens du partage permanent et du savoir et de l'expérience. Valoriser les collaborateurs et contribuer à l'esprit d'équipe : favoriser l'implication et l'entraide entre les salariés et les équipes / business unité, etc.

- **Initiative et persévérance**

Nous attendons de nos collaborateurs d'aller plus loin que les actions planifiées pour imaginer d'autres solutions immédiates aux problèmes posés, d'anticiper sur des

problèmes potentiels. Nous attendons de nos salariés la ténacité nécessaire pour contourner les obstacles qui se présentent à eux à l'intérieur comme à l'extérieur de l'entreprise.

- **Courage et engagement de performance**

Chacun est jugé sur ses actes et sur le niveau de respect de ses engagements. Nous attendons de nos collaborateurs qu'ils s'engagent et s'impliquent dans ce qu'ils réalisent pour mieux relever des défis de l'entreprise. Avoir le courage de ses opinions.

3. Les clients de CEVITAL

La satisfaction du client est la devise de l'entreprise. La raison de vivre de l'entreprise est de vendre. Les clients de l'entreprise sont divers et variés:

- ✓ Représentants
- ✓ Grossistes
- ✓ Industriels
- ✓ Institutionnels et administrations

Ils sont pour la grande majorité des industriels de l'agroalimentaire et des distributeurs, ces derniers se chargent de l'approvisionnement de tous les points de vente ou qu'ils soient.

- **Notre Devise : des produits de Qualité :**

CEVITAL FOOD donne une grande importance au contrôle de qualité de ses produits. Cela s'est traduit par l'engagement de la direction dans le Processus de certification ISO 22000 version 2005. Toutes les unités de production disposent de laboratoires (micro biologie et contrôle de qualité) équipés d'outils d'analyse très performants.

4. Les activités de CEVITAL

CEVITAL Agro-industrie Implantée au sein du port de Bejaia (Algérie), CEVITAL offre des produits de qualité supérieure à des prix compétitifs, grâce à son savoir-faire, ses unités de production ultramodernes, son contrôle strict de qualité et son réseau de distribution.

Elle couvre les besoins nationaux et a permis de faire passer l'Algérie du stade d'importateur à celui d'exportateur pour les huiles, les margarines et le sucre. Ses produits se vendent aujourd'hui dans plusieurs pays, notamment en Europe, au Maghreb, au Moyen Orient et en Afrique de l'Ouest. Aujourd'hui, CEVITAL Agro-industrie est le plus grand complexe privé en Algérie. Ses outils de production ultra performants est composée de plusieurs unités de production telles que :

- ✓ *Huiles Végétales.*
- ✓ *Margarinerie et graisses végétales.*
- ✓ *Sucre blanc.*
- ✓ *Sucre liquide.*
- ✓ *Silos portuaires.*
- ✓ *Boissons.*
- **Huiles Végétales :**
- ✓ *Les huiles de table* : elles sont connues sous les appellations suivantes :

Fleurial plus :100% tournesol sans cholestérol, riche en vitamine (A, D, E) (*Elio et Fridor*):se sont des huiles 100% végétales sans cholestérol, contiennent de la vitamine E

Elles sont issues essentiellement de la graine de tournesol, Soja et de Palme, conditionnées dans des bouteilles de diverses contenances allant de (1 à 5 litres), après qu'elles aient subi plusieurs étapes de raffinage et d'analyse.

- Capacité de production : 570 000 tonnes /an
- Part du marché national : 70%
- Exportations vers le Maghreb et le moyen orient, en projet pour l'Europe.
- **Margarinerie et graisses végétales :**

Cevital produit une gamme variée de margarine riche en vitamines A, D, E Certaines margarines sont destinées à la consommation directe telle que *Matina, Rania, le beurre gourmand et Fleurial*, d'autres sont spécialement produites pour les besoins de la pâtisserie moderne ou traditionnelle, à l'exemple de la parisienne et MEDINA « *SMEN* » Capacité de production : 180.000 tonnes/an / Notre part du marché national est de 30%

sachant que nous exportons une partie de cette production vers l'Europe, le Maghreb et le Moyen-Orient.

- **Sucre Blanc :**

Il est issu du raffinage du sucre roux de canne riche en saccharose. Le sucre raffiné est Conditionné dans des sachets de 50Kg et aussi commercialisé en morceau dans des boîtes d'1kg. CEVITAL produit aussi du sucre liquide pour les besoins de l'industrie agroalimentaire et plus précisément pour les producteurs des boissons gazeuses.

- ✓ Entrée en production 2^{ème} semestre 2009.
- ✓ Capacité de production : 650 000 tonnes/an avec extension à 1 800 000 tonnes/an
- ✓ Part du marché national : 85%
- ✓ Exportations : 350 000 tonnes/an en 2009 , CEVITAL FOOD prévoit 900 000 tonnes/an dès 2010.

- **Sucre liquide :**

Capacité de production_ : matière sèche : 219 000 tonnes/an

Exportations : 25 000 tonnes/an en prospection.

- **Silos Portuaires :**

Existant : Le complexe CEVITAL Food dispose d'une capacité maximale 182 000 tonnes et d'un terminal de déchargement portuaire de 2000 T par heure. Un projet d'extension est en cours de réalisation.

La capacité de stockage actuelle est de 120 000T en 24 silos verticaux et de 50 000 T en silo horizontal. La capacité de stockage Horizon au 1 er trimestre 2010 sera de 200 000 T en 25 silos verticaux et de 200 000 T en 2 silos horizontaux.

- **Boissons :**

A Tizi Ouzou :

- ✓ *A Agouni Gueghrane*_ : au cœur du massif montagneux du Djurdjura qui culmine à plus de 2300 mètres :

L'Unité d'Eau Minérale Lalla Khedidja a été inaugurée en juin 2007.

Eau minérale, Jus de fruits, Sodas L'eau minérale **Lalla Khedidja** depuis des siècles prend son origine dans les monts enneigés à plus de 2300 mètres du Djurdjura qui culminent. En s'infiltrant très lentement à travers la roche, elle se charge naturellement en minéraux essentiels à la vie (Calcium 53, Potassium 0.54, Magnésium 7, Sodium 5.5 Sulfate 7, Bicarbonate 162,...) tout en restant d'une légèreté incomparable.

L'eau minérale Lalla khedidja pure et naturelle est directement captée à la source au cœur du massif montagneux du Djurdjura.

- ✓ Lancement de la gamme d'eau minérale « Lalla Khadidja » et de boissons gazeuses avec capacité de production de 3 000 000 bouteilles par jour.
- ✓ Réhabilitation de l'unité de production de jus de fruits « **EL KSEUR** ».

5. la DG et Mission des directions

L'organisation mise en place consiste en la mobilisation des Ressources humaines matérielles et financières pour atteindre les objectifs demandés par le groupe.

La Direction générale est composée d'un secrétariat et de 19 directions:

- **La direction Marketing:**

Pour atteindre les objectifs de l'entreprise, le Marketing CEVITAL pilote les marques et les gammes de produits. Son principal levier est la connaissance des consommateurs, leurs besoins, leurs usages, ainsi que la veille sur les marchés internationaux et sur la concurrence. Les équipes marketing produisent des recommandations d'innovation, de rénovation, d'animation publi-promotionnelle sur les marques et métiers CEVITAL. Ces recommandations, validées, sont mises en œuvre par des groupes de projets pluridisciplinaires (Développement, Industriel, Approvisionnement, Commercial, Finances) coordonnés par le Marketing, jusqu'au lancement proprement dit et à son évaluation.

- **La direction des Ventes & Commerciale:**

Elle à en charge de commercialiser toutes les gammes des produits et le développement du Fichier clients de l'entreprise, au moyen d'actions de détection ou de

promotion des projets à base de hautes technologies. En relation directe avec la clientèle, elle possède des qualités relationnelles pour susciter l'intérêt des prospects.

- **La direction Système d'informations:**

Elle assure la mise en place des moyens des technologies de l'information nécessaires pour supporter et améliorer l'activité, la stratégie et la performance de l'entreprise. Elle doit ainsi veiller à la cohérence des moyens informatiques et de communication mises à la disposition des utilisateurs, à leur mise à niveau, à leur maîtrise technique et à leur disponibilité et opérationnalité permanente et en toute sécurité. Elle définit, également, dans le cadre des plans pluriannuels les évolutions nécessaires en fonction des objectifs de l'entreprise et des nouvelles technologies.

- **La direction des Finances et Comptabilité:**

- ✓ Préparer et mettre à jour les budgets
- ✓ Tenir la comptabilité et préparer les états comptables et financiers selon les normes
- ✓ Pratiquer le contrôle de gestion
- ✓ Faire le Reporting périodique

- **La direction Industrielle:**

Chargé de l'évolution industrielle des sites de production et définit, avec la direction générale, les objectifs et le budget de chaque site. Analyse les dysfonctionnements sur chaque site (équipements, organisation...) et recherche les solutions techniques ou humaines pour améliorer en permanence la productivité, la qualité des produits et des conditions de travail. Anticipe les besoins en matériel et supervise leur achat (étude technique, tarif, installation...). Est responsable de la politique environnement et sécurité. Participe aux études de faisabilité des nouveaux produits.

- **La direction des Ressources Humaines**

Définit et propose à la direction générale les principes de Gestion ressources humaines en support avec les objectifs du business et en ligne avec la politique RH groupe. Assure un support administratif de qualité à l'ensemble du personnel de CEVITAL Food. Pilote les activités du social. Assiste la direction générale ainsi que tous les managers sur tous les aspects de gestion ressources humaines, établit et maîtrise les procédures.

- ✓ Assure le recrutement.
- ✓ Chargé de la gestion des carrières, identifie les besoins en mobilité.
- ✓ Gestion de la performance et des rémunérations.
- ✓ Formation du personnel
- ✓ Assiste la direction générale et les managers dans les actions disciplinaires
- ✓ Participe avec la direction générale à l'élaboration de la politique de communication afin de développer l'adhésion du personnel aux objectifs fixés par l'organisation
- **La direction Approvisionnement**

Dans le cadre de la stratégie globale d'approvisionnement et des budgets alloués (investissement et fonctionnement). Elle met en place les mécanismes permettant de satisfaire les besoins matière et services dans les meilleurs délais, avec la meilleure qualité et au moindre coût afin de permettre la réalisation des objectifs de production et de vente.

- **la direction Logistique**

Expédie les produits finis (sucre, huile, margarine, Eau minérale, ...), qui consiste à charger les camions à livrer aux clients sur site et des dépôts Logistique.

Assure et gère le transport de tous les produits finis, que ce soit en moyens propres (camions de CEVITAL), affrétés ou moyens de transport des clients.

Le service transport assure aussi l'alimentation des différentes unités de production en quelques matières premières intrants et packaging et le transport pour certaines filiales du groupe (MFG, SAMHA, Direction Projets, NUMIDIS, ...). Gère les stocks de produits finis dans les différents dépôts locaux (Bejaia et environs) et Régionaux (Alger, Oran, Sétif, ...).

- **La direction des Silos:**

- ✓ Elle décharge les matières premières vrac arrivées par navire ou camions vers les points de stockage.
- ✓ Elle stocke dans les conditions optimales les matières premières.
- ✓ Elle Expédie et transfère vers les différents utilisateurs de ces produits dont l'alimentation de raffinerie de sucre et les futures unités de trituration.
 - ✓ Elle entretient et maintient en état des services les installations des unités silos

- **La direction des Boissons**

Le Pôle Boissons et plastiques comprend trois unités industrielles situées en dehors du site de Béjaia :

- ✓ Unité LALLA KHEDIDJA domiciliée à Agouni-gueghrane (Wilaya de TIZI OUZOU) à pour vocation principale la production d'eau minérale et de boissons carbonatées à partir de la célèbre source de LLK
- ✓ Unité plastique, installée dans la même localité, assure la production des besoins en emballages pour les produits de Margarine et les Huiles et à terme des palettes, des étiquettes etc.
- ✓ Unité COJEK, implantée dans la zone industrielle d'El Kseur, Cojek est une SPA filiale de CEVITAL et qui à pour vocation la transformation de fruits et légumes frais en Jus, Nectars et Conserves. Le groupe ambitionne d'être Leader dans cette activité après la mise en œuvre d'un important plan de développement

- **la direction Corps Gras :**

Le pôle corps gras est constitué des unités de production suivantes : une raffinerie d'huile de 1800 T/J, un conditionnement d'huile de 2200T/J, une margarinerie de 600T/J qui sont toutes opérationnelles et une unité inter estérification – Hydrogénation –pate chocolatière –utilités actuellement en chantier à El kseur. Notre mission principale est de raffiner et de conditionner différentes huiles végétales ainsi que la production de différents types de margarines et beurre. Tous nos produits sont destinés à la consommation d'où notre préoccupation est de satisfaire le marché local et celui de l'export qualitativement et quantitativement.

- **la direction Pôle Sucre :**

Le pôle sucre est constitué de 04 unités de production : une raffinerie de sucre solide 2000T/J, une raffinerie de sucre solide 3000T/J, une unité de sucre liquide 600T/J, et une unité de conditionnement de sucre 2000 T/J qui sera mise en service en mars 2010. Sa vocation est de produire du sucre solide et liquide dans le respect des normes de qualité, de la préservation du milieu naturel et de la sécurité des personnes. nos produits sont destinés aux industriels et aux particuliers et ce pour le marché local et à l'export. »

- **La direction QHSE:**

Met e en place, maintient et améliore les différents systèmes de management et référentiels pour se conformer aux standards internationaux Veille au respect des exigences réglementaires produits, environnement et sécurité Garantit la sécurité de notre personnel et la pérennité de nos installations Contrôle, assure la qualité de tous les produits de CEVITAL et réponse aux exigences client.

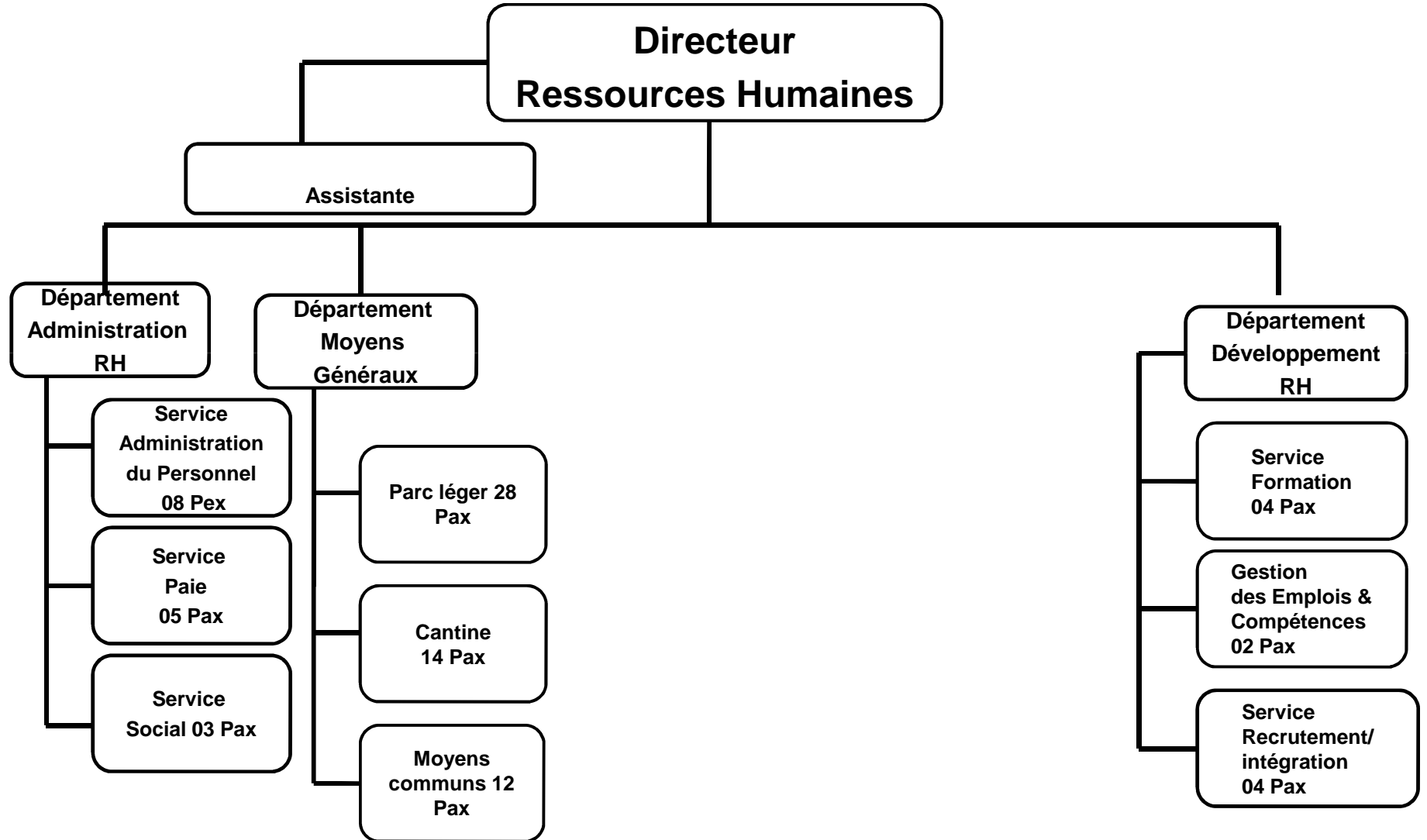
- **la direction Energie et Utilités:**

C'est la *production et la distribution* pour les différentes unités, avec en prime une qualité propre à chaque Process : D'environ 450 m³/h d'eau (brute, osmose, adoucie et ultra pure) ; de la vapeur *Ultra haute pression* 300T/H et *basse pression* 500T/H. De l'Electricité *Haute Tension, Moyenne Tension* et *Basse Tension*, avec une capacité de 50MW.

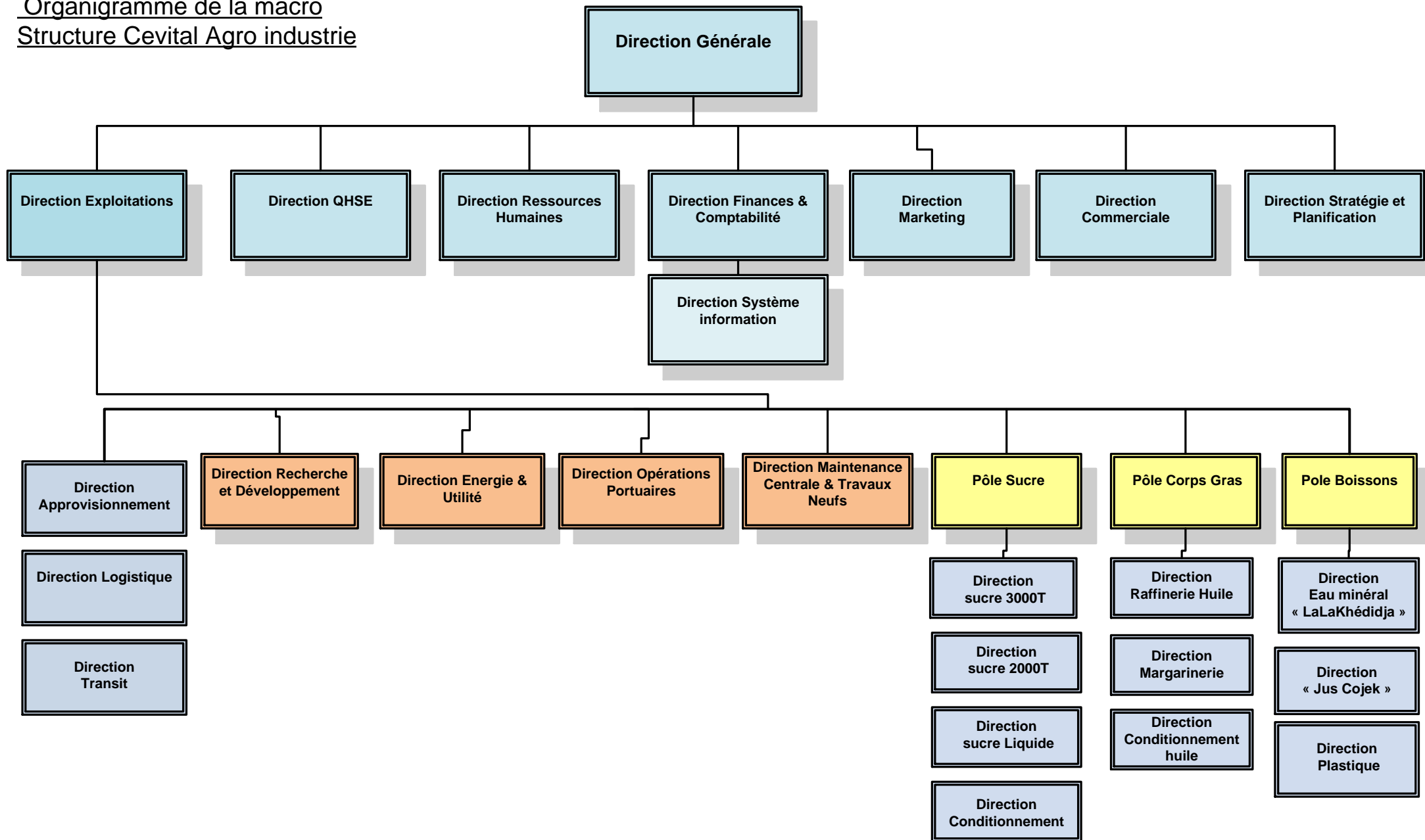
- **La direction Maintenance et travaux neufs:**

- ✓ Met en place et intègre de nouveaux équipements industriels et procédés
- ✓ Planifie et assure la Maintenance pour l'ensemble des installations.
- ✓ Gère et déploie avec le Directeur Industriel et les Directeurs de Pôles les projets d'investissement relatifs aux lignes de production, bâtiments et énergie/utilité (depuis la définition du processus jusqu'à la mise en route de la ligne ou de l'atelier)
- ✓ Rédige les cahiers des charges en interne.
- ✓ Négocie avec les fournisseurs et les intervenants extérieurs.

Organigramme de la Direction des Ressources Humaines



Organigramme de la macro Structure Cevital Agro industrie



➤ **Section 2 : l'analyse et l'interprétation des résultats**

Tableau n° 1 : la répartition de l'échantillon selon le sexe :

Sexe	Effectifs	%
Masculin	16	53%
Féminin	14	47%
Total	30	100%

Selon les données recueillis sur le terrain la représentation d'étude est réparties comme suite, notre population est de l'ordre de 30 individus qui représente 53% de sexe masculin et le sexe féminin avec un taux de 47% de notre échantillons.

la première remarque sur notre enquête, est que le sexe masculin est dominant dans l'entreprise par rapport aux sexe féminin est que certaines taches dans l'entreprise demandent des efforts, et des déplacements ce qui fait qu'il il ya que les hommes qui peuvent assurer ces taches complexes ,le travail dans l'entreprise demande beaucoup d'efforts et plus de responsabilité.

Tableau n° 2 : la répartition de l'échantillon selon l'âge :

Age	Effectif	%
18-27 ans	8	27%
28-37ans	17	57%
38-47 ans	5	17%
Total	30	100%

Concernant la structure d'âge de notre échantillon, les résultats on révèle que le plus grande pourcentage est enregistré dans la tranche d'âge (28-37 ans) avec un taux de 57%, suivie par la tranche d'âge entre 18-27 ans est de 27%, puis on trouve la tranche d'âge (38-47) ans est avec 17%.

la catégorie (28-37 ans) est la plus nombreuse ce qui montre que l'entreprise CEVITAL compte sur cette catégorie, cette dernière procure à l'entreprise non seulement leur compétence mais aussi leur dynamisme, leur motivation et surtout leur jeunesse qui joue un rôle très important dans le développement de l'entreprise.

Tableau n° 3 : la répartition de l'échantillon selon le niveau d'instruction :

Niveau d'instruction	Effectif	%
Moyen	3	10 %
Secondaire	5	17 %
Universitaire	22	73 %
Total	30	100 %

D'après les données de terrain, La première catégorie pour le niveau d'instruction est d'un taux de 73% universitaire, suivie par le niveau d'instruction secondaire 17%, en dernier le niveau d'instruction moyen 10%,

La première catégorie est d'un taux 73% puisque la population de recrutement dans l'entreprise qui exige un diplôme supérieur beaucoup plus à cause des tâches et les outils technologiques utilisée (les micros ordinateur, les machines). C'est pour cela que l'entreprise prend en considération un niveau d'instruction comme condition de recrutement.

Aussi avec le développement des NTIC les entreprises exigent sur leurs niveaux d'instruction pour éviter les frais et le temps perdu en formation dans l'informatique.

Tableau n°4 : la répartition de l'échantillon selon la catégorie professionnelle :

Catégorie professionnelle	Effectif	%
Cadre	22	73 %
Agent de maitrise	8	27 %
Total	30	100 %

D'après les données, la catégorie professionnelle est composée de trois : cadre, agent de maîtrise, agent d'exécution. D'après ces résultats on trouve un taux élevés de 73% des cadres suivie de 27% pour les agents de maîtrise ce qui montre que l'entreprise CEVITAL la majorité sont des cadres vues les responsabilités dans l'entreprise aussi un autre facteur celui de l'ancienneté professionnelle.

Cette résultat est justifié par la qualification de personnel et son inadéquation aux nouvelles technologies de gestion et une préparation à l'acquisition du nouveau matériel, donc nous déduisons que la grande responsabilité est assumée par les cadres, ainsi nous remarquons une certaine harmonie dans les tâches, ce qui générera une bonne gestion dans différents services.

Tableau n° 5 : la répartition de l'échantillon selon l'expérience professionnelle :

Expérience professionnelle	Effectif	%
1-2 ans	4	13 %
3-4 ans	12	40 %
5 ans et plus	14	47 %
Total	30	100 %

Les résultats de l'enquête révèle que la première catégorie représente un taux de 47% de (5ans et plus) tandis que (3-4 ans) et de 40%, et en dernier 13% entre (1-2 ans).

Le taux élevé entre 5 ans et plus (3-4 ans) explique que l'entreprise CEVITAL, ses salariés sont anciens Puisque l'expérience joue un rôle fondamentale dans l'entreprise pour la réalisation des tâches et la maîtrise des moyens technologiques.

Tableau n°6 : la répartition de l'échantillon selon l'utilisation des outils informatiques dans l'entreprise:

L'utilisation de l'outil informatique	Effectif	%
Oui	30	100 %
Non	0	0 %
Total	30	100 %

Les résultats de l'enquête révèle que la majorité des enquêtés soit le taux de 100%.

Nous constatons d'après ses résultats que la connaissance de l'utilisation de l'outil informatique est nécessaire vue sont importance dans l'amélioration et la perfection de ses informations, ou il faut introduire l'usage des NTIC dans tous ces unités et particulièrement dans la direction des ressources humaines.

Tableau n°7 : la répartition de l'échantillon selon l'outil informatique le plus efficace :

L'outil informatique	Effectifs	%
Micro bureau	13	43%
Ordinateur portable	8	27%
Les deux	9	30%
Total	30	100%

D'après les résultats obtenus dans ce tableaux nous constatons que les enquêtés ont rependue à l'utilisation des outilles informatiques 43% des enquêtés utilise des micros bureau, suivi de 30% pour les deux types (micro bureaux-ordinateur portable) et seulement 27% des enquêtés utilise des ordinateurs portable.

Cela nous amène à comprendre que tout les enquêtes utilise des utiles informatique pour effectue toute leurs taches à faire dans leur service pour assurer une meilleure communication et une bonne circulation d'information au sein de l'entreprise. Et l'outil le plus utilisé dans l'entreprise et le micro bureau car il est le plus adapté à leur travail à savoir que la plus part de leur tache s'effectue au bureau.

Tableau n° 8: la corrélation entre l'expérience professionnelle et l'accès à l'internet :

L'accès à L'internet Expérience professionnelle	Oui		Non		Total	
	Effectifs	%	Effectif	%	Effectif	%
1-2 ans	4	13%	/	/	4	13 %
3-4 ans	12	40%	/	/	12	40 %
5 et plus	14	47%	/	/	14	47 %
Total	30	100%	/	/	30	100 %

Les résultats de l'enquête montrent que la population d'étude ont répondu par oui à 100% pour l'accès à l'internet, dont 47% de ce qui ont l'expérience de (5 ans et plus) qui ont plus accès à l'internet, suivi de 40% pour (3-4 ans) et en dernier lieux 13 %pour l'expérience de (1-2 ans).

D'après ces donnés on comprend que tous les enquêtés ont accès à l'internet, vu ce pourcentage élevé, l'internet permet de répondre à la rapidité de l'échange d'information nécessaires à l'exécution des tâches. Ont constate que plus il y a d'expérience professionnelle et d'ancienneté plus il y'aura de responsabilité, qui nécessite un accès considérable et favorable à l'internet.

Tableau n° 9 : la corrélation entre l'accès à l'internet et la connexion utilisée :

accès à L'internet connexion utilisée	Oui		Non		Total	
	Effectifs	%	Effectif	%	Effectif	%
Internet fixe (connexion fil)	18	60%	/	/	18	60 %
Mobile ou sans fil (wifi)	3	10%	/	/	3	10 %
Les deux	9	30%	/	/	9	30 %
Total	30	100%	/	/	30	100 %

D'après les résultats obtenus nous constatons que 100% des enquêtés ont répondu oui à l'accès à l'internet, la majorité avec 60% utilise l'internet fixe, contre 30% il adhèrent pas la différence entre les deux (internet fixe, mobile ou sans fil) est seulement 10% utilise l'internet sans fil.

Cela s'explique que l'internet fixe est plus adopté à leur travail en sachant que toute leur tâche s'effectuent aux bureaux, donc moins de déplacement, cela n'exige pas un internet mobile.

Tableau n° 10 : la corrélation entre l'accès à l'internet et la vitesse de la connexion et du transfère d'information sur internet :

accès à L'internet La vitesse De la connexion	Oui		Non		Total	
	Effectifs	%	Effectif	%	Effectif	%
satisfaisante	17	57%	/	/	17	57 %
Lente	12	40%	/	/	12	40 %
Très lente	1	3%	/	/	1	3 %
total	30	100%	/	/	30	100 %

D'après les résultats obtenus l'accès à l'internet est de 100%, pour la vitesse de la connexion, nous constatons que 57% de notre population d'étude on répondu satisfaisante, contre 40% trouve que la connexion lente.

Ainsi nous déduisons que l'entreprise à met à la disposition de leur fonctionnaires une connexion qui leur permet de faire plus de tache, car une bonne connexion joue un rôle très important sur le processus de changement aux niveaux de l'entreprise, et sur la motivation du personnels. Cela explique l'existence d'une relation interdépendance entre les NTIC et le personnels ainsi dans leur rendements.

Tableau n° 11 :l'objectif de site web personnalisée de votre entreprise :

L'objectif de site web personnalisé	Effectif	%
Présentation de l'entreprise	9	30 %
Facilite la communication	5	17 %
Publicité	13	43 %
Sans opinion	3	10 %
Total	30	100 %

Les résultats de l'enquête révèle que 43% des enquêtés montre l'objectif de site web personnalisé de l'entreprise, il permet de faire la publicité pour l'entreprise suivie par 30% et enfin juste 17% est d'un objectif de facilite la communication.

A cet effet nous remarquons que le site Web dans l'entreprise est très important et à plusieurs fonctions. La majorité des enquêtés pensent que le site web et pour faire la publicité et de connaître à ces clients ses différents produits et ses marques.

Le site web dans l'entreprise CEVITAL est d'une place primordiale et ainsi pour ces multiples fonctions que on peut citer :

- ✓ Faire la publicité et faire savoir à leur client ces nouveaux produits.
- ✓ La présentation de l'entreprise (donner une bonne image de l'entreprise).
- ✓ Facilite la communication.

Tableau n° 12 : la répartition de l'échantillon selon leurs recrutements par un site web de l'entreprise

Le recrutement par site web	Effectif	%
Oui	28	93 %
Non	2	7 %
Total	30	100 %

D'après les résultats obtenus de l'enquête sur le terrain majoritairement avec 93% des recrutements se passent à travers des sites internet, et seulement 7% des recrutements se passe avec d'autres moyens.

A travers ces résultats on constate la plus grande part des recrutements ce passe a travers des sites internet de l'entreprise, sur les 30 effectifs interrogé 28 entre eux ont été recrute sur internet, cela nous à amène à comprendre que l'entreprise elle utilise dans la plus sensible de ces fonctions car cette technique de recrutement évite beaucoup de travail est gagne de temps, l'internet et de plus en plus utilisé pour le recrutement en parle de l'entreprise recrutement, les plus grandes entreprises communiquant directement leur postes pouvoir sur un site internet en confient ces postes à des sites spécialisé bien que la tendance à utilisée internet sur le marché de travail par les demandeurs d'emplois.

Comme les entreprises ne soit pas encore parvenue à naturalité certain changement de ses marches se révèlent déjà ainsi de la relation nouvelle qui s'installe entre les demandeurs d'emplois et ses futurs employeurs par le bais de site internet.

Tableau n° 13 : les répartitions de l'échantillon selon les moyens de communication utilisée le plus souvent :

Les moyens de communication utilisée	Effectif	%
Téléphone fixe	8	27%
Téléphone mobile	7	23%
E-mail	12	40%
Tous ces utiles	3	10%
Total	30	100%

D'après les données de terrain pour les moyens de communication utilisée 40% des enquêté utilise E-mail, dont 27% utilise le téléphone fixe.

D'après ces résultats on comprend que E-mail c'est le moyen le plus adapté pour leur travaille. Il facilite la transmission des documents car c'est un moyen rapide et moins cher, donc il suffit d'avoir accès à l'internet, il peut aussi réduire les délais des réalisations des actes administratives.

Tableau n° 14: la répartition de l'échantillon selon l'utilisation de l'intranet à l'intérieure de votre entreprise :

L'utilisation de l'intranet	Effectif	%
Oui	23	77%
Non	7	23%
Total	30	100%

Selon les données que on à recullis sur le terrain de l'utilisation de l'intranet, parmi 30 de notre échantillon 23 d'entre eux que représente tente 77 % sont favorable à l'utilisation de l'intranet, et 7 autre représente 23% qui sont défavorable à l'utilisation de l'intranet.

Cela explique que l'intranet et une nouvelle technologie de l'information et de la communication qui provoque des changements importants qui relire un nombre multiple de direction dans l'entreprise, par le bais d'un réseau local dans le but de facilite leur communication, il participe même à l'évolution des configurations contenus et positionnements des différents fonctions dans l'entreprise, il offre l'avantage pour l'utilisateur de disposer d'une interface identique quelque que soit le poste de travail auquel il connecte.

Tableau n° 15: la répartition de l'échantillon selon le moyen ou le client tient au courant de nouveau produit :

Le moyen ou le client tient au courant de nouveau produit	Effectif	%
Panneaux publicitaire	7	23%
Exposition	6	20%
Publicité sur internet	3	10%
Télévision	11	37%
Tous ces types	3	10%
Total	30	100%

D'après les résultats 37% des clients tiennent au courant de nouveau produit par la télévision, est de 23 % par les panneaux publicitaire, 20% par exposition, en dernier 10 % par publicité sur internet.

L'utilisation de la télévision pour l'entreprise c'est pour faire savoir à ses clients de leur nouveau produits, car c'est un moyen le plus facile qui accède à ce large publique celle-ci anticipe les besoins et supervise leur achat produit et anticipe aux études de faisabilité des nouveaux produits, cela permet une hausse de la productivité et une baisse des couts et donner une bonne image de l'entreprise.

Tableau n° 16 : la répartition de l'échantillon selon l'outil à informé :

L'outil à informé	Effectif	%
Appelle téléphonique	2	7%
Message par internet	12	40%
Affichage sur un site local	9	30%
Conférence ou réunion	3	10%
Tous ces moyens	4	13%
Total	30	100%

Notre enquête révèle que l'outil le plus utilisé pour informer est le message par internet qui regroupe le plus grand pourcentage qui est de 40%, suivie par le site local qui est de 30%.

L'entreprise CEVITAL assiste sur l'internet dans toutes ces fonctions et est en force dans l'entreprise notamment dans la fonction des ressources humaines qui permet un dialogue en ligne favorisant le management à distance, de plus une efficacité des échanges d'information et le suivi des activités des collaborateurs.

Tableau n°17 : la répartition de l'échantillon selon les moyens utilisés pour effectuer des réunions entre les responsables ou cadres :

Les moyens utilisés	Effectif	%
Contact direct	21	70 %
Par le moyen de l'audio visuel	0	0 %
Les deux	9	30 %
Total	30	100 %

D'après les données de terrain 70% des enquêtés estiment que les réunions entre les responsables ou cadres s'effectuent par contact direct et 30 % estiment que les réunions s'effectuent par (contact direct) et par le moyen de l'audio visuel.

Le contact direct est mieux placées pour faire les réunions est de gérer les situations afin de mieux communiquer et de transfert d'information entre eux. Malgré le développement des télécommunications, mais le contact direct est l'un des moyens efficaces pour les réunions.

Tableau n° 18 : la répartition de l'échantillon selon le personnel spécialisé dans le domaine des NTIC :

Le personnel spécialisé	Effectif	%
Oui	28	93%
Non	2	7%
Total	30	100%

A partir de la lecture de ce tableaux, les résultats est de 93% de notre échantillon ont répondu oui aux personnels spécialisé dans le domaine des NTIC.

Cela peut être expliqué que les 93% estiment qu'il ne peut pas sans passé d'un technicien informatique dans l'entreprise, qui joue un rôle très important dans l'entretien et la répartition des machines et même dans l'informatisation des outils pour éviter toute dégradation.

Tableau n° 19 : la corrélation entre la formation dans les NTIC et les catégories concernées par cette formation :

Formation	Oui		Non		Total	
	Effectifs	%	Effectif	%	Effectif	%
Cadre	7	23%	1	3	8	27 %
Agent de maitrise	4	13%	2	7	6	20 %
Les deux	16	53%	0	/	16	53 %
Total	27	90%	3	10	30	100 %

D'après notre enquête, il trouve que 53% ont répondu que les deux catégories (cadre-agent de maitrise) sont concernées par cette formation, l'entreprise CEVITAL organise ces formations pour les deux catégories.

Ces résultats amène à dire que la formation est un outil de développer les capacités de jugement ,développer ses compétences tous en améliorant les niveaux de qualification et la possibilité de mieux acquérir les connaissances nouvelle et d'être compétitive par la bonne maitrise de ces moyens, ainsi que le bon climat, et créer un sentiment d'appartenance des salaries en vers leur organisation, et favorise une meilleure perception de leur milieu de travaille et accroitre chez le salarié l'estime de soi.

Tableau n° 20: La répartition de l'échantillon selon les effets des NTIC sur l'organisation :

Effet des NTIC	Effectifs	%
Créent une motivation entre les salaires	4	13%
Diminuée les conflits aux travaille	13	43%
Gagne de temps dans les transmissions d'information.	13	43%
Total	30	100%

A partir de l'analyse statistique pour les effets des NTIC sur l'organisation , nous constatons que 43% pensent que NTIC diminue les conflits au travail et gagne de temps dans les transmissions d'information contre 13% pensent que les NTIC créent une motivation entre les salarie.

Cela nous a mène à comprendre que le point de vue sont différents , l'intégration des NTIC aide à diminuée les conflits aux travail et gagne de temps, cela évite les problèmes entre les fonctionnaire, . Donc les NTIC est un instrument de liaison avec l'environnement (communication avec les clients) et un facteur d'efficacité avec le quotidien de l'entreprise.

Tableau n° 21 : la répartition de l'échantillon selon l'impact des NTIC sur le chiffre d'affaire :

Impact des NTIC	Effectif	%
Oui	30	100%
Non	0	0%
Total	30	100%

D'après les résultats obtenus dans ce tableaux nous constatons que la majorité des enquêtés on rependus oui pour l'impacte des NTIC sur leur chiffre d'affaire dans l'entreprise avec un taux de 100%,

Cela explique que les NTIC seraient un facteur important de croissance économique, est une amélioration de l'image de marque de l'entreprise, et un nouveau circuit de production grâce à l'extension du marche potentiel (commerce électronique).

Tableau n° 22 : la répartition de l'échantillon selon l'intérêt des NTIC pour la DRH :

L'intérêt des NTIC pour la DRH	Effectif	%
Permet aux salariés d'accéder aux informations	3	10%
Facilite la gestion organisationnelle de la mobilité interne	21	70%
Le travail collaborateur	6	20%
Total	30	100%

Selon les enquêtés on constate que l'intérêt des NTIC pour la DRH facilite la gestion organisationnelle de la mobilité interne à 70 % contre 20% constate que l'intérêt des NTIC est pour le travail collaboratif, en dernier 10% pensent que les NTIC permet aux salariés d'accéder aux informations.

Cela s'explique que l'intérêt des NTIC pour DRH est à la fois un contexte de réseaux interne qui ouvre notamment la voie à la société et qui contribuent à une véritable révolution socioculturelle surtout leur application dans le champ économique et aux macro organisme humain et aux commerce électronique sans négliger l'intérêt d'échange d'information et de communication qui est un travail de groupe complémentaire .

Tableau n° 23: la répartition de l'échantillon selon l'influence des NTIC sur la gestion organisationnelle de l'entreprise :

L'influence des NTIC sur la gestion organisationnelle de l'entreprise	Effectif	%
Oui	27	90 %
Non	3	10 %
Total	30	100 %

A la question de savoir l'influence des NTIC sur la gestion organisationnelle de l'entreprise on a 90 % des effectives, qui pensent que les NTIC influence sur la gestion organisationnelle, et seulement 10% qui sont contre.

Cela nous amène à comprendre que les fonctionnaires ont sentis la valeur d'intégration des NTIC dans leur travail. Les effectives confirme à 90% l'influence des NTIC sur la gestion organisationnelle par :

- ✓ Gagner de temps et moins de déplacement.
- ✓ Facilite la communication à l'intérieure et à l'extérieure de l'entreprise.
et une meilleure collaboration entre l'entreprise et ses clients.

Vérification de l'hypothèse

D'après l'étude de terrain menée au près de l'entreprise CEVITAL de Bejaia et selon les résultats obtenus, sans doute l'hypothèse formulée précédemment se confirme.

En premier lieu l'introduction des NTIC revêtent une importance primordiale au sein de l'entreprise et de ce fait doivent être considérés comme un secteur stratégique contribuant dans une large mesure au développement économique et sociale, vu son impacte et son influence sur le système de gestion des relations et des pratiques organisationnelles qui sont performants pour l'entreprise puisque il joue un rôle très important sur le rendement du personnel de l'entreprise, et en second lieu il permettent une meilleure efficacité dans la gestion de la production, la gestion commerciale et dans la gestion des ressources humaines ainsi les nouvelles technologies de l'information et de la communication permettent de gagner du temps et facilitent la communication que ce soit à l'intérieure ou à l'extérieure de l'entreprise.

La première hypothèse se confirme par rapport aux personnels interrogés dont la majorité ont constaté un changement dans leur travail, ainsi dans leur rendement après l'utilisation des NTIC, cette dernière influence positivement sur leur chiffre d'affaires avec un taux de 100%, et influence sur la gestion organisationnelle de l'entreprise CEVITAL avec 90% qui représente le rôle joué par ces NTIC sur le processus de changement dans les relations et dans le rendement des fonctionnaires de l'entreprise.

Au-delà des différentes NTIC que possède l'entreprise CEVITAL de BEJIA, ainsi leurs avantages apportent aux employés et à l'entreprise, la prévision de l'intégration des nouvelles technologies de l'information et de la communication dans les années futures est due à la satisfaction des employés de la quantité et la qualité de ces outils. En plus il faut que les responsables de l'entreprise essaient de procurer toutes les conditions nécessaires pour un bon usage de ces outils et cela nécessite incontestablement une bonne formation de l'ensemble du personnel sur les NTIC et leur fonctionnement.

L'analyse et l'interprétation des données collectées justifient cette constatation, à partir de là nous pouvons déduire les nouvelles technologies de l'information et de la

communication au sein de l'entreprise CEVITAL de Bejaia influencent sur le système de gestion des relations et des pratiques organisationnelle.

Enfin nous avons à dire que la majorité des fonctionnaires trouve à l'égard des NTIC une forte influence sur la gestion des relations et des pratiques organisationnelles qui sont performant pour l'entreprise.

Conclusion

A travers ce sujet nous avons essayé de développer et montrer l'importance des NTIC en étudiant les domaines sur lesquels ils exerçaient une influence, tant au niveau de l'individu qu'au niveau des entreprises. Issues d'une technologie récente, l'essor des NTIC a été fulgurant avec des conséquences non négligeables sur le comportement des individus, le dynamisme des économies et des entreprises mais aussi sur le creusement des inégalités au niveau mondial. A ce jour, l'utilisation de ces nouvelles technologies de l'information et de la communication ont séduit bon nombre. On peut s'interroger cependant sur l'impact des NTIC. En effet, l'impact sur la vie privée, l'organisation mais aussi sur l'emploi et les disparités économiques nous orientent sur une société trop dépendante et donc fragilisée.

Dans notre ère, les NTIC revêtent une importance au sein de la société. De ce fait, elles doivent être considérées comme un secteur stratégique contribuant dans un large mesure au développement économique et social.

En Algérie, l'investissement de ces moyens est reconnu par des grandes moyennes entreprises surtout avec le lancement de projet E-Algérie 2013 dont l'un de ces treize axes est de développer les mécanismes et les mesures incitatives permettant l'accès à tout type d'organisation aux équipements et aux réseaux des NTIC, et son investissement dans la troisième génération qui a fait son lancement en Algérie en 2014.

En effet, nous avons confirmé que les NTIC existent au niveau de l'entreprise CEVITAL jouent un rôle très important sur la rentabilité de personnel, comme en souligne l'importance accordée par les employés à ces nouvelles technologies, et cela à partir du degré de fréquentation à ces derniers et leur usage dans la réalisation des différentes tâches, vu le climat favorable des relations existantes entre les employés et leurs responsabilités, ainsi que la cohésion qui existe entre les différents services et départements, ce qui facilite le travail collectif en répondant aux et à la dispersion des sources et des destinataires, à l'actualisation des informations, de plus les NTIC permettent la collecte, le traitement et l'accès organisé des données et documents de l'entreprise CEVITAL.

En outre, nous avons vu comment l'introduction des nouvelles technologies de l'information et de la communication représente un enjeu de taille pour l'organisation

de l'entreprise et les formes de travail qui y coexistent. C'est une vraie révolution des mentalités qui s'impose à CEVITAL avec des nouvelles formes de management. L'entreprise doit donc repenser leur organisation, et se reconfigurer pour faire face à de nouveaux comportements et s'intégrer dans un nouveau environnement. On assiste donc à la mise en place des méthodes de veille stratégique qui constitue une véritable vigie pour l'entreprise. Dans ce contexte le téléphone portable, l'internet, l'intranet, groupware, workflow, se positionnent comme un exemple de ces nouveaux outils dont il peut disposer l'entreprise pour faire face à ce nouveau environnement concurrentiel et l'impact des NTIC peut induire des changements au niveau de l'organisation du travail au sein de l'entreprise.

Les ouvrages :

1. AUDIGIER Guy, DECAUDIN Jean Marc, communication et publicité, Edition DUNOD, paris, 1992.
2. BOULOC Pierre, NTIC : comment en tire profit, 8^{ème} Edition RIA, Paris, 2003.
3. BOUTARY Martine, TIC et PME : des usages aux stratégies, L'ARMATTAN Edition, paris, 2003.
4. BITOUZET Christine, le commerce électronique, hermès science publication, paris, 1999.
5. BEEKANDT Cylvie et autre, communication en sante et action social, Ed Nathan, Paris, 1999.
6. BAYLON Christian et MIGNOT Xavier, la communication : les outils et les formes de la communication ; une présentation méthodique et illustrée, 2^{ème} Edition, Nathan.
7. Demont-Lugol Lilaine et autres, communication des entreprise stratégies et pratiques, 2^{ème} Edition, Armont collin, paris, 2006.
8. DETRIE Philippe et BOYER Catherine, la communication interne au service de management, 2^e édition liaisons, 2001.
9. LE MOENNE Christian, sciences de la société : la communication organisationnelle en débat, PUM Edition, Toulouse, Mai/octobre 2000.
10. LIBAERT Thierry, introduction a la communication, DONOD Edition, paris, 2009.
11. MAGAKIAN Jean-Louis, 100 Fiches pour comprendre la stratégie d'entreprise, Bréal édition, paris, 2002.
12. MORTON Michael S. S Michael, l'entreprise compétitive au future : technologie de l'information en transformation de l'organisation, Édition d'organisation, paris, 1995.
13. NGUYEN – THANH Fannelly, la communication une stratégie au service de l'entreprise, édition, economica, paris, 1991
14. PHILIPPE Gil, formation : NTIC et reengmeering de la formation professionnel, DUNOD Edition, paris, 2000.
15. TREILLE Jean-Michel, Le pilotage opérationnel de l'entreprise, d'organisation Edition, paris, 2004.
16. Valeriane Eté, Clementine Lepais et Samantha Vachez, Géopolitique des TIC au Moyen-Orient, Edition L'Harmattan, paris, 2011
17. Westtphalen Marie- Hilene, communicator : le guide de la communication d'entreprise, 3^{ème} Edition, Dunod, Paris, 2001,

Les ouvrages Méthodologie :

1. ANGERS Maurice, Initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines, Edition Casbah Université, Alger, 1997
2. AKTOUF Omar, Méthodologie des sciences sociales et approche quantitative des organisations, introduction à la démarche classique et une critique, presse de l'université du Québec, 1987.
3. COUVREUR Agathe, LEHUEDE Franck, Essai de comparaison de méthodes quantitatives et qualitatives, cahier de recherche N° 176, CREDOC, Paris, 2002,
4. GRAWITZ Madeleine, Méthode des sciences sociales, 11^{ème} édition, Ed. DALLOZ, Paris, 2001.
5. JAVEAU Claude, l'enquête par questionnaire, 3^{ème} Edition, Parise, 1999, p 29.
6. SINGLY De François, L'enquête et ces méthodes : le questionnaire, 2^{ème} édition COLIN, Paris, 2005.

Les dictionnaires :

1. DE BOISLANDELL Henri Mahi, Dictionnaire de gestion vocabulaire : concept et outil, economica Edition, Paris, 1998.
2. DOTIER Jean Froncios, Dictionnaire des sciences humains, paris 2004.
3. LAMIZET Bernard, SJLEM Ahmed, dictionnaire encyclopedique de sciences de l'information et de la communication, Edition Ellipses, paris, 1997.
4. Le petit Larousse, illustre, 2001.

Les documents électroniques :

1. BOULC Stephan, Donnée information communication tentative de définition, COTA édition, 2005. Jeudi 20/03/2014 à 17h17
<http://www.cota.be/download/fo-com/Donne...entative de definitions.pd>
2. BOUHENNA Ali, Les enjeux des NTIC dans l'entreprise, Université de Tlemcen, fseg.univ-tlemcen.dz/.../Microsoft%20Word%20-%20Ali%20BOUHENNA Ali...Mardi 25/02/2014 à 20h50
3. BENGHOZI Pierre-Jean et Patrick, L'organisation de la production et de la décision face aux TIC, brousseau.info, 1999.
http://brousseau.info/pdf/tic_plan/TICOPEChap2.PDF. Mardi 15/04/2014 à 10h33.

Liste bibliographique

4. CROSTE Emmanuel, Utilisation de l'internet dans le cadre de l'exercice professionnel, Thèse pour l'obtention du diplôme d'état de docteur en médecine, Université Bordeaux, Le 14 février 2005. Samedi 15/02/2014 à 13h16
<http://www.medicalistes.org/spip/IMG/pdf/Internet-Medecine-Generale.pdf>.
5. CADIAT Anne-Christine, DE MOERLOOSE Chantal, l'impact d'internet sur la gestion de la relation client, Université Catholique de Louvain-la-Neuve, Belgique, 2000, DOC. Lundi 13/01/2014 à 14h30
<http://app.iemn-iae.univ-nantes.fr/emark...ket2002/articles/cadiat.doc>.
6. KLEIN Tristan, RATIER Daniel, L'impact des TIC sur les conditions de travail, centre d'analyse stratégique, Direction générale Du travail, France, Février 2012.
www.strategie.gouv.fr/.../raptic_web_light_final28022012.pdf.pdf_0.PDF . Jeudi 20/03/2014, à 17h29
7. M. S. Boudjebbour, Les Projets NTIC: source de performance de l'entreprise, CER1ST, Ben Aknoun, Alger, Algérie, www.webreview.dz/IMG/pdf/article_7-2.pdf
15/12/2013 à 15h30
8. Les TIC et la croissance économique, panorama des industries des entreprises et des pays L'organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), EDITION OCDE, France, Parise, 2003, PDF. Mercredi 22/01/2014 à 18h42.
9. SAINT-ETIENNE Christian, l'impacte d'internet sur l'économie française : comment l'internet transforme notre pays, France, mars 2011, PDF.
<http://www.economie.gouv.fr/files/rapport-mckinsey-company.pdf>. vendredi 11/04/2014, 18h25.
10. Rôle des TIC dans un système intègre d'information et d'orientation, Document préparé pour un examen des politiques concernant les services d'information, d'orientation et de conseil, OECD Edition, Novembre 2001.
<http://www.oecd.org/fr/edu/recherche/2698242.pdf>. Lundi 12/05/2014 à 12h57.

Les sites internet :

1. [Http://www.lexique-l'ADN/les nouvelles TECHNOLOGIE d'ic/communication-interne,50.html](http://www.lexique-l'ADN/les%20nouvelles%20TECHNOLOGIE%20d'ic/communication-interne,50.html). samedi 21/12/2013, 15 :47h
2. [Http://www.revue-hermes-la-revue-2006-1-page 57_fichiers/Système-l'information fishier/191462.html](http://www.revue-hermes-la-revue-2006-1-page%2057_fichiers/Système-l'information%20fishier/191462.html). samedi 21/12/2013, 16 :03h
3. [Http://master.first-forum.com/t173-topic](http://master.first-forum.com/t173-topic). dimnche 05/01/2014, 18:07h

Liste bibliographique

4. [Http://www.olats.org/schoffer/deftech.htm](http://www.olats.org/schoffer/deftech.htm). jeudi 13/03/2014, 10:00h
5. [Http://www.unige.ch/fapse/pegei/Methodologie/plan/hypothese.html](http://www.unige.ch/fapse/pegei/Methodologie/plan/hypothese.html). mardi 15/04/2014, 14:38h
6. [Http:// Définition des TIC-Les technologie de l'information et de COMMUNICATION/deacutefinition-des-tic.html](http://Définition des TIC-Les technologie de l'information et de COMMUNICATION/deacutefinition-des-tic.html). mardi, 15/04/2014, 15 :00h
7. <file:///E:/circulation.php.htm>. dimanche, 04/05/2014, 20h
8. <Downloads/Quest-ce-que-la-communication-organisationnelle-20899.htm>

République algérienne démocratique et populaire

Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique

Faculté des lettres et des sciences humaines

Université A.Mira de Bejaia

Département de : sociologie

Option : sociologie de travail et des ressources humaines

Sous le thème :

« Les nouvelles technologies de l'information et de la communication et leur impact sur l'organisation de l'entreprise »

ETEDE DE CAS : Entreprise de CEVITAL

Préparé par:

M^{elle} ROUHA Samira

M^{elle} SEHILA Nawal

Encadrer par :

M^{er} BARKA Cherif

Ce questionnaire sera exploité dans le cadre de notre mémoire qui s'intitule les nouvelles technologies de l'information et de la communication et leur impact sur l'organisation de l'entreprise. Pour l'obtention de notre diplôme de fin d'étude en sociologie option sociologie de travail et des ressources humaines.

Il à pour objectif d'évaluer la progression et l'impacte de l'usage des nouvelles technologies de l'information et de la communication dans l'entreprise CEVITAL.vos réponses à ce questionnaire permettent de recueillir des points de repères important qui nous aiderons à compléter notre recherche et répondre à notre problematique.la qualité de vos réponses et donc un élément essentiel à la réussite de cette enquête.

Axe I - Question d'ordre personnel

1. Sexe

- Masculin féminin

2.âge

- 18-27 ans 28-37ans
 38-47ans 47 ans ou plus

3. Niveau d'instruction

- Primaire moyen
 Secondaire universitaire

4. catégorie professionnelle

- Cadre agent de maitrise agent d'exécution

5. Expérience professionnelle

- 1-2ans 3-4ans 5ans ou plus

Axe II : Les outils des NTIC utilisent dans l'entreprise

6- Connaissez-vous la signification des NTIC ?

- Oui Non

7- connaissez-vous l'utilisation de l'outil informatique ?

- Oui Non

8-est ce que vous utilisez des outils informatiques dans votre travail ?

- Oui Non

9- D'après vous quelle sont les outils les plus efficaces ?

- Micro bureau
 Ordinateur portable
 Tous ces types

10- Avez-vous- un accès à l'internet dans votre micro -ordinateur ou micro portable?

- Oui Non

11- Dans le cas –oui- via une connexion à :

- Internet fixe (connexion fil)
 Mobile ou sans fil (wifi)
 Les deux

12 - Que pensez-vous de la vitesse de la connexion et du transfert d'information sur internet?

- Satisfaisante Lente Très lente

**13- Quel est pour vous l'objectif d'un site personnalisé de votre entreprise ?
Justifier ?**

.....
.....
.....

14-est ce que vous êtes recruté par un site web de l'entreprise ?

- Oui Non

15 - Quel moyen de communication utilisez-vous le plus souvent ?

- Téléphone fixe Téléphone mobile E-mail
 Tous ces moyens

16-Utilisez –vous l'intranet à l'intérieure de votre entreprise ?

- Oui Non

Axe III. L'organisation de l'entreprise par le moyen NTIC

17- Comment votre client tient au courant de votre nouveau produit ?

- Panneaux publicitaire Exposition
 Publicité sur internet Télévision
 Tous ces moyens

18 - Par quel outil seriez-vous informé ?

- Appel téléphonique
- Message par internet (MSN, Yahoo, E-mail)
- Affichage sur un site local de votre entreprise (intranet)
- Conférence ou réunions
- Tous ces moyens

19. Les réunions entre les responsables ou cadres dans votre entreprise s'effectuent par ?

- Contact direct (présence dans la salle des réunions)
- Par le moyen de l'audio –visuel (vision conférence).
- Les deux

20- votre entreprise emploie-t-elle du personnel spécialisé dans le domaine des technologies de l'information et de la communication (spécialiste en TIC) ?

- Oui
- Non

21- des formations ont-elles été organisées pour développer ou améliorer les compétences dans le domaine des NTIC ?

- Oui
- Non

22- Quelles sont les catégories les plus concernées par cette formation ?

- Cadre
- agent de maîtrise
- les deux

23- Quels sont les effets des NTIC sur l'organisation de votre entreprise ?

- Créent une motivation entre les salariés
- Diminué les conflits au travail
- gain de temps dans les transmissions d'informations

24- Pensez-vous que l'utilisation des NTIC à un impacte sur votre chiffre d'affaire?

Oui Non

25 - Quel est l'intérêt des NTIC pour la DRH?

- Permet à chaque salaries d'accéder aux informations qui lui concerne.
- Facilite la gestion organisationnelle de la mobilité interne.
- Le travail collaboratif.

26- est ce que les NTIC influence sur la gestion organisationnelle de votre entreprise ?

Oui Non



BROCHURE D' ACCUEIL CEVITAL FOOD



VFFEGF

Introduction

Chapitre 1 :

Le cadre méthodologique

La partie théorique

Chapitre 2 :

Les NT de l'information et de la communication

Chapitre 3 :

Les apports des NTIC dans l'entreprise

Chapitre 4 :

L'impact des NTIC sur l'entreprise

La partie pratique

Chapitre 5 :

1-La présentation de l'organisme et l'analyse et l'interprétation des résultats

1- Présentation de l'organisme

2- l'analyse et L'interprétation des résultats

**La Liste
bibliographique**

Conclusion

Les annexes