

Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique

Université Abderrahmane Mira – Béjaia

Faculté des sciences humaines et sociales

Département des sciences de l'information et de communication



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa

THEME

L'usage des TIC pour la mise en visibilité des actions humanitaires.

Cas : le Croissant-Rouge Algérien-Béjaia

Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de master en communication

Option : communication et relations publiques.

Réalisé par :

- AGGOUN Lydia
- YAHIAOUI Amina

Encadré par :

Mme, AHMEDI Dalila

Année universitaire : 2022-2023

Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique

Université Abderrahmane Mira – Béjaia

Faculté des sciences humaines et sociales

Département des sciences de l'information et de communication



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa

THEME

L'usage des TIC pour la mise en visibilité des actions humanitaires.

Cas : le Croissant-Rouge Algérien-Béjaia

Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de master en communication

Option : communication et relations publiques.

Réalisé par :

- AGGOUN Lydia
- YAHIAOUI Amina

Encadré par :

Mme, AHMEDI Dalila

Année universitaire : 2022-2023

Remerciements

Au terme de la réalisation de ce mémoire, nous tenons à présenter nos remerciements les plus sincères à nos parents pour leurs sacrifices.

« Merci d'être ce que vous êtes »

On tient à exprimer nos vifs remerciements à madame AHMEDI Dalila pour avoir accepté de nous encadrer lors du présent travail. Pour ses précieux conseils, son orientation, ses encouragements, son aide et de la confiance qu'elle nous a témoignée et surtout sa patience tout au long de l'année.

On tient à remercier aussi Monsieur GHEMMARI ABDELMALEK qui nous a encadrés à l'organisation de Croissant-Rouge Algérien de la wilaya de Bejaia. et il nous donne des conseils très importants en signe de reconnaissance.

Nos remerciements aussi à l'organisation de Croissant-Rouge pour son accueil.

On adresse nos sincères remerciements à tous les professeurs, intervenants et toutes les personnes qui par leurs paroles, leurs écrits, leurs conseils et leurs critiques ont guidée nos réflexions et ont accepté à nous rencontrer et répondre à nos questions durant la recherche.

En fin, on ne voudra pas oublier de remercier tous nos amis qu'ont été d'un soutien que ce soit moral ou matériel, et qui ont contribué de près ou de loin à nous aider.

Beaucoup de charité et bonne chance à tous.....Merci.

Dédicace

*Avec toute notre affection
On dédie ce modeste travail
Aux personnes les plus chers.*

LYDIA et AMINA.

Liste des abréviations :

Abréviation	Sens
TIC	Technologie de l'information et de la communication
CRA	Croissant-Rouge Algérien
WWW	World Wide Web
FTP	File Transfert Protocole
SGBD	Système de Gestion Bases de Données
EDI	Echange de Données Informatisées
CICR	Comité International de la Croix-Rouge
ONG	Organisation non Gouvernementale
ONU	Organisation des Nations Unies
UNICEF	Les Fonds des Nations Unies pour l'Enfance

Liste des tableaux :

N° du tableau	Titre	Page
Tableau 01	Les dimensions et indicateurs de l'étude	12
Tableau 02	L'évolution du marketing	20
Tableau 03	Les données personnelles de notre échantillon	30
Tableau 04	Historique des TIC	35
Tableau 05	La répartition des enquêtés selon le sexe	67
Tableau 06	La répartition des enquêtés selon la catégorie d'âge	67
Tableau 07	La répartition des enquêtés selon la fonction occupée au sein de l'organisation	68
Tableau 08	La répartition des enquêtés selon le domaine d'expérience professionnelle	69

Liste des figures :

Figure N°	Titre	Page
Figure 01	Schéma représentant le marketing de Neil Borden 1952	21
Figure 02	Schéma représentant la répartition du marketing mix en 4P	22

Sommaire :

Remerciements

Dédicace

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des figures

Introduction générale

Chapitre 01 : Analyse conceptuelle

1. La problématique
2. Objectif(s) de l'étude
3. Définition des concepts
4. Indicateurs du phénomène de l'étude
5. Étude(s) antérieure

Chapitre 02 : Démarche méthodologique

6. Approche théorique et méthodologique
7. Outils de l'étude
8. Échantillon de l'étude
9. Étape de réalisation de l'enquête

Cadre théorique

Chapitre 03 : les technologies de l'information et de la communication.

Section 01 : évolution et développement TIC

1. Aperçue Historique des TIC /Définition
2. les différents outils des TIC
3. Caractéristiques des TIC

Section 02 : les TIC dans l'organisation

1. L'usage des TIC dans l'organisation
2. L'impact des TIC sur l'organisation.
2. Les avantages et inconvénients des TIC.

Chapitre 04 : la mise en visibilité des actions humanitaires

Section 01 : aperçue historique sur les actions humanitaires

1. L'évolution de l'action humanitaire
2. Action humanitaire (définition)
3. Les principes humanitaires
4. Les composantes du mouvement humanitaire.

Section 02 : la visibilité des actions humanitaires

1. la visibilité (définition)
2. l'intérêt de la visibilité
3. visibilité organisationnelle
4. La visibilité de l'humanitaire à travers les sociaux

Cadre pratique

Chapitre 05 : présentation des données

1. Présentation du lieu de la recherche
2. Présentation de L'échantillon de la recherche

Chapitre 06 : Présentation des résultats

3. Analyse et Interprétation des données
4. Discussion des résultats

Conclusion

Liste bibliographique

Annexes

Table des matières

Résumé

Notre recherche intitulée : « usage des TIC dans la mise en visibilité des actions humanitaires » une étude de cas réalisé dans l'organisation du CRA de Bejaia, est survenue afin d'adapter les différents usages des technologies de l'information et de communication dans le but d'étendre la visibilité au champs plus large auprès du public.

Cette étude a pour but de démontrer la valorisation des TIC comme élément défini dans les procédures de mise en visibilité, Tout comme les différents moyens des TIC que l'organisation du CRA implique dans cela, intégrant les connaissances théoriques que nous avons accompagnées avec.

Nous avons synthétisé celle-ci avec les outils : entretien et observation qui répondent aux exigences de l'approche qualitative intégré dans cette recherche, sur un échantillon composé de quelques individus de l'organisme sélectionnés avec l'échantillonnage raisonné qui aussi répond à l'approche adaptée, ce qui nous a confirmé une visibilité plus étendue des activités diffusées à partir les TIC dans cette organisation.

Cette recherche a abouti aux résultats suivants : les TIC ont une efficacité dans l'amélioration de visibilité des actions humaines ce qui a introduit une nouvelle culture de technologie au terrain moderne, cet aspect qui a facilité les moyens de transmission et diffusion d'information.

Concepts clé : communication, TIC, organisation, humanitaire, visibilité.

Summary

Our entitled research : "Usage of ICT in enhancing the visibility of humanitarian actions : A case study in the ACR organization of Bejaia" aims to adapt the various uses of information and communication technologies to expand visibility to a wider audience.

This study aims to demonstrate the value of ICT as a defined element in visibility procedures, along with the different means of ICT that the ARC organization incorporates into this process. We have synthesized this study using qualitative research methods, specifically interviews and observations, which meet the requirements of our research approach. We selected a sample of individuals from the organization using purposive sampling, which aligns with our chosen approach, confirming a broader visibility of activities disseminated through ICT in this organization.

This research has yielded the following results: Information and Communication Technologies (ICT) are effective in enhancing the visibility of human actions, thereby introducing a new culture of technology to the modern landscape. This aspect has facilitated the means of transmitting and disseminating information.

Keywords : communication, ICT, organization, humanitarian, visibility.

Introduction :

Introduction générale

Avec l'apparition, des technologies de l'information et de la communication autrement appelés (TIC), le monde connaît aujourd'hui une influence constante sur l'évolution de l'ensemble des sociétés. L'usage des TIC assidue à rétablir fortement influant nos anciennes méthodes de communication, d'apprendre, de concevoir, capitaliser et transmissions d'informations.

Face à ce développement concessif des technologies de l'information et de la communication, qui font maintenant partie de notre quotidien ont accélérées au point d'impliquer de nouvelles amplifications notamment avec les médias et médias sociaux : « internet » et en particulier les réseaux sociaux comme Face book, WhatsApp etc. ces technologies de l'information et de la communication en raison de la croissance exceptionnelle et de leurs usages a largement modifié les structures organisationnelles, L'accès aux TIC continue de se développer efficacement au cœur de l'organisation, dans la production comme dans les services.

En Algérie actuellement de nombreuses organisations utilisent les technologies de l'information et de la communication qui désormais fait une partie intégrante de la stratégie de l'organisation, elles accompagnent une série de transformation et offrent de nouvelles perspectives orienté vers le développement des services afin d'améliorer leurs domaines. Par ailleurs, le développement accru des TIC s'explique en grande partie par la diversité des informations pour favoriser la circulation de ces informations qui seront utiles aux activités qui apporteront des gains de temps dans la transmission et l'échange entre l'ensemble du personnel dans l'initiation de développer la réactivité de l'ensemble et de faciliter la communication et la coopération dans de meilleures conditions en abolissant toute notion de distance. Ajoutant à cela, le développement de ces technologies de l'information et de la communication permet de rapprocher le public externe avec l'organisation, en vue de maintenir la confiance du public et de créer et renforcer les liens avec eux. L'avènement de ces TIC représente un facteur principal qui joue un rôle important dans le mécanisme de travail et offre un nouveau mode de fonctionnement au milieu de l'organisation qui devient un atout pour sa réussite.

D'autre part, toute cette composante des (TIC) accorde une grande valeur pour l'organisation qui joue un rôle important dans la promotion de la visibilité de ses activités. D'un coté ils permettent aux organisations humanitaires de communiquer avec les donateurs, les bénévoles et les partenaires, pour collecter des fonds, partager des

Introduction générale

informations sur les projets humanitaires et pour sensibiliser les gens aux problèmes humanitaires dans l'intention d'encourager les dons à travers les réseaux sociaux, les sites Web, les applications mobiles et les courriels. D'un autre côté pour promouvoir la visibilité de leurs activités auprès du public qu'elles couvrent à l'adoption technique qu'elles réalisent au sein de l'organisation, qui lui-même nécessaire dans le but de communiquer directement avec leur public, partager du contenu et de toucher un public plus large ainsi de mobiliser plus efficacement les efforts de secours.

Nous avons alors effectué alors une étude dans une organisation humanitaire dédié au soutien du peuple, le Croissant-Rouge Algérien de la wilaya de Bejaïa, ou l'objet de notre recherche est accès sur l'usage des TIC de cette dernière afin d'assurer la visibilité de ses actions. Dans le même temps l'importance croissante du rôle de ces technologies de l'information et de la communication comme régisseur de la bonne transformation dans le déroulement de travail au milieu de l'organisation.

A cet effet, notre travail se subdivise en trois (03) parties : méthodologique, théorique et pratique.

La première partie consacrée pour le cadre méthodologique, contient deux chapitres, le premier chapitre s'occupera du traitement et l'analyse conceptuelle de la problématique, l'objectif de la recherche, les hypothèses, la définition concepts fondamentaux de la recherche, ainsi que les études antérieures. Le second chapitre porte sur la démarche méthodologique, regroupant l'approche théorique et méthodologique, outil de l'étude, échantillon de l'étude et les étapes de réalisation de l'enquête.

Dans la deuxième partie est le cadre théorique de la recherche, répartie en deux chapitres, chaque chapitre comprend deux sections, le premier chapitre comprend relativement des généralités sur les TIC. La seconde est consacrée pour la mise en visibilité des actions humanitaires.

La troisième partie est le volet pratique, dans lequel nous avons entrepris l'enquête de terrain, subdivisée en deux chapitres. Le premier chapitre nous présentons le terrain de notre enquête qui est le Croissant-Rouge de la wilaya de Bejaia (son historique, ses objectifs et ses missions) et la présentation des données. La seconde porte sur l'interprétation et présentation des résultats ainsi la discussion des résultats ou nous allons

Introduction générale

discuter la variété de données obtenues par notre enquête d'étude et élaborer vis-à-vis notre approche et notre partie théorique afin de rétablir la finalisation de notre partie pratique.

Notre partie suprême, dédiée à finaliser notre travail avec une conclusion générale qui résume les généralités et particularités de cette étude en ensemble de résultats obtenu de notre recherche menée.

Cadre méthodologique

Chapitre 01
Analyse Conceptuelle

1. La problématique :

L'usage des Tic est devenu le support le plus révélatif de ce dernier siècle, ce qui a bouleversé les paramètres de transmission des messages et de flux d'information, ces derniers ont également mené à une évolution de la vie humaine permettant une communication plus vive et plus vaste entre individus et groupes et populations, quels sont alors les supports les plus efficaces pour promouvoir les actions humanitaires ?

Selon Herbert Simon ces technologies aident à rendre : "toute information accessible aux hommes, sous forme verbale ou symbolique, également sous forme lisible par ordinateur, les livres et mémoires seront stockés dans les mémoires électroniques..." (Herbert, 2011)

Les TIC offrent des opportunités extraordinaires en termes d'échanges, d'augmentation de la productivité et d'innovation l'usage qu'elles amènent ou qui peut en être fait est l'objet de nombreux questionnements éthiques, elles se définissent comme les technologies autour de l'informatique et du numérique sur les aspects techniques.

Les TIC peuvent être impliquées dans n'importe quel secteur ou domaine qu'on peut mentionner, couramment elles font partie des principaux piliers de communication des organisations et entreprises actuelles, dites indispensables regardant ses différents services à l'accomplissement de différentes tâches de transmission d'informations que ça soit en interne ou externe.

En outre, en Algérie les organisations humanitaires s'étendent rapidement dans toutes les wilayas, notamment dans la wilaya de Bejaïa où les TIC ont performé dans leurs diffusions d'informations d'après les différents supports. Parmi les organisations ayant adopté les TIC on trouve le Croissant Rouge Algérien qui est la première organisation humanitaire en Algérie. (<http://www.icrc.org>)

Une organisation humanitaire internationale peut se définir comme étant une organisation effectuant des actes de bienveillance par le biais des volontaires et bénévoles ainsi que des différents projets mis en place par ceux-ci à l'échelle planétaire. (<http://www.aidehumanitaire.org>, 2012)

Le mouvement du Croissant Rouge est le plus grand réseau humanitaire dans le pays. Son objectif est d'alléger les souffrances humaines, de protéger la vie et la santé et de faire respecter la dignité humaine, particulièrement dans les conflits armés et d'autres situations

d'urgence. Le mouvement qui est présent dans tous le pays, est soutenu par des millions de volontaires agissent en tant que auxiliaires des pouvoirs publics de leurs pays respectifs dans le domaine humanitaire. Elles fournissent tout un éventail de services allant des secours en cas de catastrophe à des programmes de santé et d'assistance sociale en temps de guerre. Elles peuvent porter assistance à la population civile et fournir un soutien aux services sanitaires des forces armées. (<http://www.cicr.org>, 2015)

En alterne la notion moderne précipite l'adoption de la numérisation des moyens de transmission de message, diffusion ou communication, ce qui a accordé un changement radical dans le flux d'information au milieu professionnel et au sein des organisations et entreprises, la diffusion des informations est devenu un concept courant dans notre société, dont fait part le croissant rouge algérien qui a au court de temps abordé l'usage de nouvelles technologies de l'information et de communication.

De ce fait, les actions humanitaires dirigées par le CRA sont mises en position à être diffusées et reconnues par ses différents acteurs, comme étant développé dans l'espace laisse vacant par le déclin des formes traditionnelles d'engagement collectif puisant sa force sur l'épreuve de modernité dans sa traduction en actes visibles, dans ce cadre, cette recherche s'articule autour de la question principale suivante :

- De quelle manière les TIC contribuent-elles à la mise en visibilité de ses actions humanitaires du croissant rouge de Bejaia ?

Cette question principale se bifurque en deux questions secondaires :

- Quels sont les usages réels des TIC dans l'organisation du croissant rouge à Bejaia?
- Comment peut-on intégrer les TIC pour valoriser les actions humanitaires du croissant rouge à Bejaia ?

Les hypothèses de la recherche :

Toute recherche scientifique est structurée autour une ou plusieurs hypothèses, L'hypothèse est une réponse provisoire à un ou plusieurs phénomènes de recherche en sciences humaines et sociales.

Selon **Madeleine Grawitz** : « l'hypothèse est une proposition de réponse à la question posée, elle tend de formuler une relation entre des faits significatifs. Même plus ou moins imprécise, elle aide à sélectionner les faits observés ceux si rassembler, il permet de les interpréter, de leurs donner une signification qui vérifie, construira un élément possible de début de théorie ». (Grawitz, 2001)

Face aux interrogations évoquées précédemment dans la problématique de recherche, nous avons proposé les hypothèses suivantes :

Hypothèse 01 :

Les TIC utilisés par l'organisme mettent en évidence la visibilité par l'accélération de la mission de transmission de message et la mise à jour des informations.

Hypothèse 02 :

L'usage réelle de la visibilité des activités du croissant rouge change le comportement du publique envers la notion d'aide humain.

Hypothèse 03 :

La valorisation des TIC est fortement liée à son accord à une meilleure atteinte de publics.

2. Les objectifs de la recherche :

Quelques soient les motivations ayant suscitées le choix de ce thème, la première démarche dans chaque recherche scientifique consiste à déterminer les objectifs à atteindre. A partir de là, les objectifs visés par notre étude sont les suivants :

- Mettre en pratique des connaissances scientifiques et explorer les données de terrain sur le sujet l'usage des TIC et la visibilité des actions humanitaire au sein des organisations à but non lucratif en particulier le CRA de Bejaïa.

- Découvrir les différents moyens technologiques utilisés au sein de l'association humanitaire algérienne, plus spécifiquement le CRA de Bejaïa. Savoir si les TIC assurent la visibilité de ces actions.
- Montrer l'utilité et la nature des TIC dans le travail de l'association humanitaire. Et comprendre de quelle manière les TIC aident le croissant rouge de Bejaïa à approuver ces actions dans la société.
- Avoir des réponses concrètes à la question de départ et les questions secondaires.
- Recueillir plus d'information sur l'usage des TIC et la qualité de communication et le système d'information suivi dans le croissant rouge algérien de la wilaya de Bejaïa.

3. Définition des concepts clé :

3.1. Usage :

D'une manière générale « usage » désigne utilisation d'un objet, naturel ou symbolique, à des fins particulières.

Le concept « usage » vient du latin « usus » et peut signifier une pratique sociale que l'ancienneté, ou la fréquence rend normal dans une culture donnée. Dans ce sens il est plus proche des termes comme mœurs, et coutume, mode, habitude renvoie au comportement habituel dans certaines circonstances et dans des certains milieux. » (Grawitz, 2001)

Docq et Daele ainsi que Bachelet considèrent l'usage comme « un ensemble de pratique, une façon particulière d'utiliser quelque chose, un ensemble construites dans le temps. » (Hussenot, 2006)

Définition opérationnelle : dans notre cas d'étude, l'usage est le fait d'introduire l'utilisation des technologies de l'information et de la communication dans la diffusion des informations et de mettre en visibilité les actions humanitaires du Croissant Rouge Algérien afin d'amplifier le champ de visibilité des activités dans la wilaya de Bejaïa.

3.2. Technologie de l'information et de la Communication (TIC) :

Selon **CHARPENTIER** « les TIC sont un ensemble de technologies utilisées pour traiter, modifier et échanger de l'information plus spécifiquement des données numérisées. La naissance des TIC est due notamment à la convergence de trois activités, la télécommunication (équipement), l'information (les services et les logiciels), l'audiovisuel (la production et les services audiovisuels). (Charpentier, 2000)

Ainsi les technologies de l'information et de la communication peuvent être définies comme étant : « l'ensemble des technologies d'informatique 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. » (Armand, 1996)

Définition opérationnelle : dans le cadre de notre travail de recherche les TIC désignent l'ensemble des techniques et des équipements informatiques utilisés par l'organisation CRA de Bejaïa, pour assurer une bonne transmission, stockage et circulation d'information sous forme électronique afin d'assurer la visibilité de ses actions humanitaires.

3.3. Visibilité :

La visibilité de l'information réfère au degré de la disponibilité et l'accessibilité de cette dernière,

La disponibilité c'est le fait que les gens peuvent atteindre une certaine information au cas où ils veulent l'accessibilité c'est le têt d'effort, épreuves qui faut pour atteindre une information disponible, en contexte universitaire d'industrie et de presse, on remarque que les gens confondent souvent entre la visibilité et la transparence, la transparence est un concept mis en valeur et idéalisé, alors que la visibilité est un concept empirique.

Visibilité sur internet consiste à promouvoir une activité par une présence sur le web , en visant des objectifs marketing il s'agit d'augmenter la visibilité d'une entreprise aux yeux des internautes pour attirer plus de prospects, gagner de nouveaux clients et améliorer sa notoriété en valorisant son image. (Harrison, 2017)

Définition opérationnelle : dans notre cas d'étude là visibilité c'est la mise en place de l'information ou diffusions des activités de croissant rouge algérien de la wilaya de Bejaïa, à un large public à partir des moyens de communication tels que les réseaux sociaux (face book) et passer dans une émission sur la radio, pour rendre et assurer la visibilité de leurs actions auprès du publics.

3.4. Action Humanitaire :

Action : effet produit sur quelqu'un ou sur quelque chose par une personne ou par un groupe agissent d'une manière déterminée. (<http://www.larousse.fr/dictionnaire/francais/action/924>, 2023)

Humanitaire : ensemble des organisations humanitaires et des actions qu'elles mènent, qui vise à améliorer la condition des hommes. Humanitaire à pris depuis quelque années le sens spéciale de « qui concerne les secours d'urgence aux populations en danger. (<http://www.larousse.fr/dictionnaire/francais/action/924>, 2023)

Définition opérationnelle : dans le cadre de notre travail de recherche les actions humanitaires dans le CRA de la wilaya de Bejaïa consistait en des dons, un soutien matériel dans le but de venir en aide à des membres de la société qui sont dans le besoin en fournissant des substances telles que les médicaments pour contribuer à réduire les souffrances humaines dans la société et ainsi de promouvoir et développer la formation de secouristes.

4. Les indicateurs du phénomène de l'étude :

Toute recherche scientifique nécessite la mise en place d'indicateur qui met en mesure notre phénomène étudié, nous étions inspirés par un tableau présenté par un autre mémoire qui a classifié les différents indicateurs par dimension et c'est ce qui nous avons opté à régulariser en vue de notre thème de recherche.

- L'indicateur selon **Maurice Angers** « est un élément d'une dimension donnée observable dans la réalité ». (Angers, 1996).

La mise en disposition des indicateurs reflète une meilleure évaluation d'une recherche scientifique ou académique, en enseignement supérieurs tout servant à expliquer le phénomène d'une manière à être acquise.

Tableau N° 01 : les dimensions et indicateurs de l'étude

Concept	Dimension	Indicateur
L'usage des TIC	Technique	-Ordinateur, PC mobile -Téléphone (fixe, mobile). -Fax -Courrier électronique.
	Opérationnelle	-maitrise des outils technologiques. -capacité du personnel
	Sociale	-la communication entre les membres du bureau -développement du mode de travail. -comportement du public.
La visibilité des actions humanitaires.	Technique	-les TIC utilisés. -page facebook(réseau utilisé). -communication spontanée.
	Opérationnelle	-la diffusion des activités

		<ul style="list-style-type: none"> -l'actualité. -appel au soutien -inciter au changement - l'aide humaine
	Sociale et organisationnelle	<ul style="list-style-type: none"> -accorder une cohérence avec les membres du groupe. -établir une bonne relation avec le public. -atteindre les objectifs. - les efforts consacrés pour les différentes activités

5. Etude(s) antérieures :

Les études antérieures permettent : « de faire le point sur ce qui a été réalisé sur la thématique envisagée ». (Grinschpoun, 2014)

Nous avons sélectionné deux (02) études antérieures en considération de la relation avec notre travail de recherche, celle-ci partagent une variable commune. Ces études présentant source de référence bibliographiques équivoque, nous ont été d'une grande aide, spécialement en ce qui concerne la partie méthodologique dans l'élaboration de choix de notre méthode, technique et surtout dans la partie théorique ainsi que le choix de notre échantillon.

- **La première étude :**

« **L'usage des TIC dans l'entreprise** »

Mémoire d'étude réalisé par Melle, BOUZIDI MEBARKA, sous le thème l'usage des TIC dans l'entreprise, encadré par monsieur OUSSAIDANE YASSINE pour l'obtention du diplôme de master en sociologie option sociologie de travail et des ressources humaines, à l'université de Bejaïa en 2012/2013.

Ce mémoire a pour but d'expliquer comment et quel est l'impact d'intégration des TIC sur l'organisation de travail dans l'entreprise DANONE DJURJURA ALGERIE. L'étudiante a émis deux hypothèses de recherche :

- Les TIC sont un vecteur essentiel dans l'accroissement de circuit de communication entre les salariés eux même et leur chef hiérarchique (ascendant, descendant, transversale) ces derniers sont négligée par l'entreprise.
- L'intégration des TIC provoque l'augmentation de niveau de qualification et changement organisationnel et à l'intérieur de l'entreprise.

L'objet de cette recherche est d'analyser leur impact et l'intégration des TIC sur l'organisation de travail dans l'entreprise DANONE DJURJURA ALGERIE. Ils ont procédé à une méthodologie qui définissent les TIC et laquelle indique les grandes lignes de son impact sur la vie social et professionnelle au travail.

Pour mener cette étude, elle a opté pour la méthode qualitative qui permet aux chercheurs de récolter les informations à l'aide d'un guide d'entretien qui se compose de (16) questions repartis sur (03) Axe principaux, dont les entretiens dans ces deux types directif semi directif, ont été effectués auprès d'un échantillon de 14 personnes, sont les cadres et les chefs services de SPA DANONE.

- **Les résultats aboutis de cette recherche :**

D'après les recherches menées par l'étudiante qui ont confirmé ses hypothèses, La recherche a prouvé l'usage des TIC plus orienté dans la productivité de l'entreprise et la relie avec son public.

Cette étude antérieure a contribué dans la réalisation de notre recherche. l'étude a visé d'expliquer le rôle et impacte des TIC dans l'entreprise DANONE DJURJUA ALGERIE

nous avons été inspiré de cette étude pour élaborer notre travail en ce qui concerne la variable en commun l'usage des TIC , en outre le plan méthodologique plus précisément le choix de la méthode et la technique de recherche. (Bouzidi, 2012/2013).

➤ Deuxième étude :

« L'usage des technologies de l'information et de la communication dans les relations publiques ».

Ce mémoire de fin d'étude a été réalisé par ADRAR SARA et ALLOUTI ZAHIRA sous l'encadrement de madame IHDENE WAHIBA en vue de l'obtention du diplôme de master en science de l'information et de la communication option communication et relations publiques à l'université de Bejaia en 2017/2018.

Cette recherche est menée au sein du ministère des ressources en eau, La problématique de cette étude est présentée par la question suivante : comment le ministère des ressources en eau utilise-t-il les TIC dans le cadre des relations publiques ?

Pour mieux cerner leur problématique posée, les deux chercheuses ont élaborés un cadre de recherche qui s'appuie sur les hypothèses suivantes :

- L'usage des TIC au sein du ministère des ressources en eau contribue à établir une bonne communication dans les relations publiques.
- L'usage des TIC au sein du ministère des ressources en eau facilite les différentes tâches des relations publiques.

L'objet de cette étude est de procéder à l'analyse de l'usage des technologies de l'information et la communication dans les relations publiques. Ils ont effectué une recherche sur l'impact des TIC sur les pratiques des relations publiques dans une institution publique, à savoir le ministère des ressources en eau.

Pour réaliser cette recherche, les étudiantes ont opté pour la méthode qualitative celle-ci est la plus adéquate à leurs études, accompagnée par 02 techniques méthodologique telle que l'observation et un guide d'entretien qui consiste dans la collecte et l'analyse des données. Le guide d'entretien a été réparti en quatre (04) axes qui se composent de (17) questions ouvertes et fermées dont la population visée par cette recherche a concerné l'ensemble des acteurs (cadres) du ministère des ressources en eau qui sont au total 05 cadres.

- Les résultats aboutis de cette recherche :

Les deux étudiantes ont pu confirmer les 02 hypothèses avancées au début de la recherche et arrivé à démontrer et expliquer comment les TIC sont servi à faciliter différentes tâches et a permis une meilleure communication dans le mode de travail au sein du ministère des ressources en eau.

Cette étude antérieure a contribué dans l'avancement de notre recherche dont elle porte sur une variable de notre thème qui est « l'usage des technologies de l'information et de la communication ». Cette étude a souligné le rôle des TIC dans la communication et diffusion d'information ce qui nous a disposé une idée de base à travailler avec notre première variable (TIC), et d'autre part le cadre théorique ou on a saisis quelque informations dans ce qui concerne l'historique des TIC et leurs impact. (Adrar & Allouti, 2017/2018)

Chapitre 02

Cadre méthodologique

6. Approche théorique et méthodologique :

6.1. Méthode de l'étude :

Pour parfaire notre recherche méthodologique encadré par notre thème, notre choix à été opté convenant et adéquat nous rapprochera avec ce qui nous permettra de bien traiter les grands axes de notre étude.

Selon **Mathieu Guider** : « *la méthode désigne l'ensemble des démarches qui suit l'esprit humain pour découvrir et démontrer un fait scientifique, c'est la voie suivie pour mener bien une recherche* » (Guider, 2004)

Ce qui détermine la méthode de l'étude est en recherches en sciences humaines et sociales a aussi comme facteur la nature du sujet de recherche, de plus l'échantillon de l'étude.

Dans notre étude relative à l'usage des TIC dans la mise en visibilité des actions humanitaires au sein de Croissant rouge algérien de la wilaya de Bejaia, nous avons opté pour la méthode qualitative.

Une méthode qualitative vise à déterminer la valeur de l'information mesurée, et fournir une description complète et détailler sur l'objet de recherche , dans une méthode qualitative, on se met à l'accord de s'acharner sur l'explication et la compréhension du phénomène qu'a la mesurer de base à contrevoie des données chiffrées, Selon **Maurice Angers** : « *Une méthode qualitative vise à comprendre le phénomène donné à l'étude, s'agit à établir le sens du propos recueillis ou du comportement observé* ». (Angers, 1997)

Pour notre part, nous avons choisi la méthode qualitative par la nature de notre étude, car cette méthode nous a permis à distinguer et répondre aux différentes questions posées liées à notre thématique, et mettre en mesure la valeur de l'information ce qui insère la compréhension de cette dernière, en appuyant sur l'élément d'explication du phénomène en qualitative et déterminer les aspects essentiels de notre recherche.

6.2. Approche théorique :

Toute recherche doit être déterminée par une approche théorique afin d'orienter sa recherche dans un cadre théorique bien précis. Dans le cadre de notre étude, notre choix d'approche a été porté sur l'approche marketing vue que notre recherche est destinée à étudier la visibilité des activités humanitaires du CRA, qui par ailleurs, met en place une démarche afin de rendre visible l'élément destiné, qui est dans notre cas d'étude les diffusions de cet organisation à travers les TIC, cela nous mène à mieux démontrer le cheminement et les articulateurs désignés par les procédures de mise en place de la visibilité selon notre terrain.

Cette dernière, est défini par **KOTLER** et **DUBOIS** comme : « *Le processus économique et social par lequel les individus et les groupes satisfont leurs besoins et leurs désirs au moyen de la création, l'offre et de l'échange avec autrui de produits et services de valeur* ». (Kotler, 2006)

Pour **DEMEURE** « *Le marketing est l'ensemble des techniques orientées vers la satisfaction des besoins et des besoins et des motivations d'individus ou de groupement d'individus, permettant à une organisation d'atteindre ses objectifs* ». (Deumeur, 2001)

➤ L'approche marketing peut se résumer de la manière suivante :

Crée, mettre à disposition et communiquer auprès des marchés cible une offre plus compétitive que celle de la concurrence. Cela nécessite de prendre en considération les besoins du marché avant de produire et de commercialiser, cela implique d'innover soit sur l'offre, soit sur les services associés, soit sur la communication, soit encore sur les réclamations client/entreprise. (Nathalie, 2011)

6.2.1. Historique du marketing :

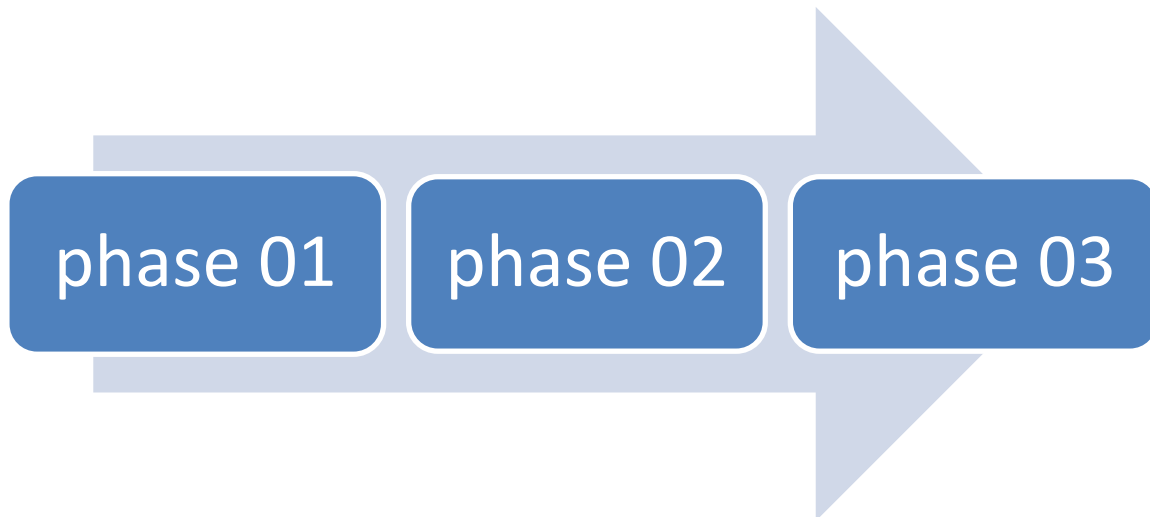
Le marketing n'a pas toujours existé. Il trouve son origine dans L'évolution de l'économie, au début du siècle dernier, les mutations économiques majeurs du 20^{ème} siècle ont influé directement sur l'avènement et la transformation progressive du marketing.

6.2.2. Origine et développement du marketing :

Son apparition remonte à la fin du 19^{ème} siècle et début 20^{ème}. Si aujourd'hui le marketing semble indispensable au succès de toute entreprise, cela n'a pas toujours été le

cas. Si les différents écrits ne s'accordent pas sur le lieu et la date d'apparition du mot « marketing », tous laissent penser que C'est aux États-Unis qu'il est apparu au regard de la croissance éclatante de l'économie au début du 20^{ème} siècle, Il a évolué en trois phases au long de ce siècle. (Mathieu, 2003)

Tableau N° 02 : l'évolution du marketing



1920	1950-1960	A partir de 1972
-Le marketing est d'abord apparu pour résoudre La difficulté que Les entreprises rencontraient pour écouler leurs produits sur le marché.	-Emergence de l'école marketing management. -Techniques agressives de vente et volonté de satisfaire les besoins des consommateurs. -Apparition des notions de segmentation, Ciblage et positionnement, ou encore de mix marketing (4P).	-Nouvelle distinction de la notion d'échange. -Le marketing transactionnel laisse la place au marketing relationnel. -L'accent est mis sur la satisfaction et la fidélité.

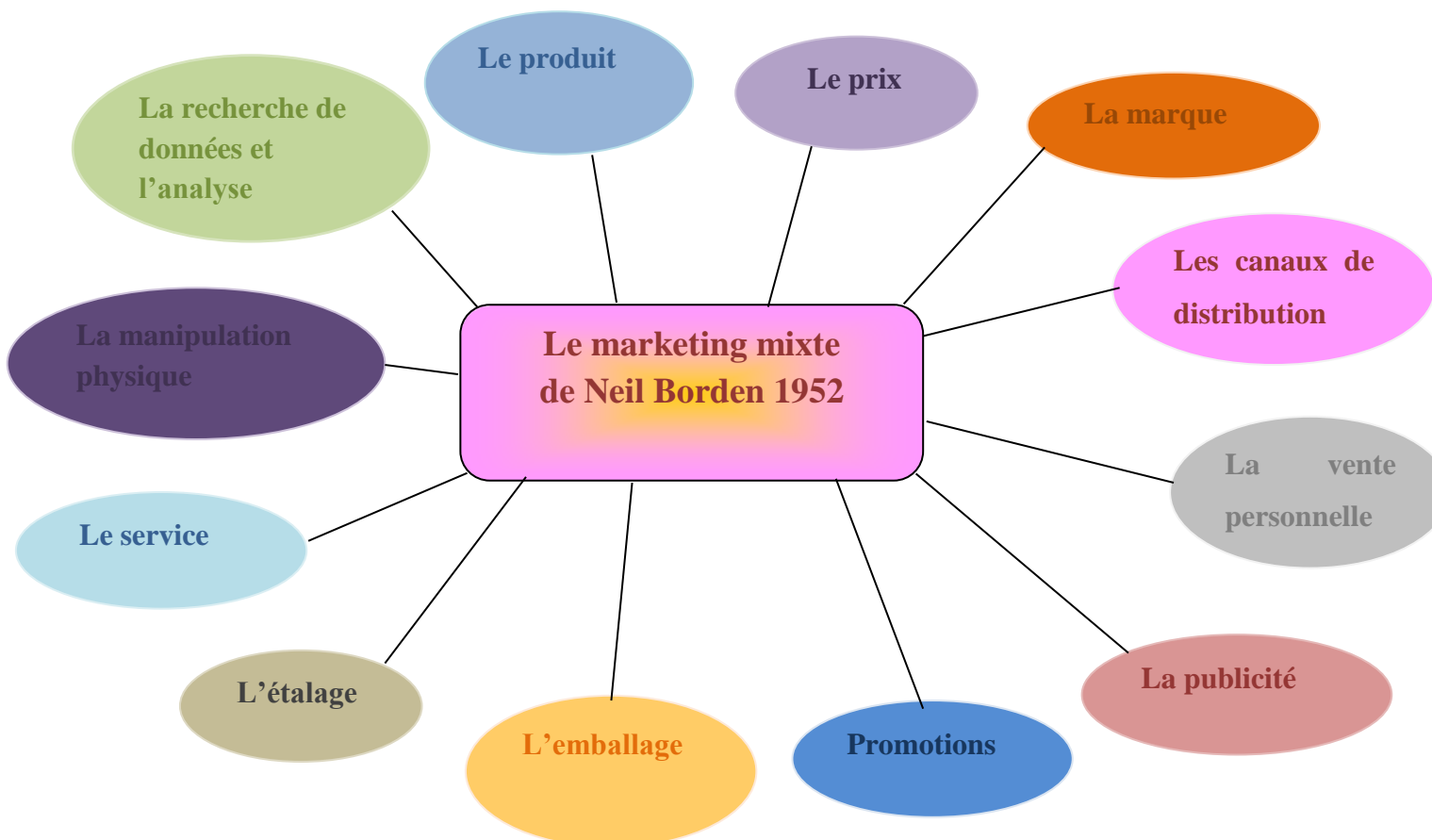
Source : Kotler et Dubois 10^e édition, manuel de marketing fondamental, P.8.

6.3. . Les pères fondateurs du marketing :

James Culliton (1858-1931) : professeur de marketing à l'université Harvard, a introduit pour la première fois le concept (Marketing Mix), auprès des dirigeants d'entreprises en le présentant comme un mélange créatif d'ingrédients ; lorsqu'il a utilisé la métaphore de la recette pour décrire les composantes du marketing dans un article publié en 1948. Il lui avait été inspiré par un bulletin d'information sur le marketing par l'un de ses pairs.

Neil Hopper Borden (1895 -1980) : est un professeur de publicité à Harvard Business School, est le premier auteur qui a parlé de marketing mix dans son ouvrage célèbre « The Concept of Marketing Mix ». Il a été inspiré par une recherche de James W. Gulliton. Ainsi, il proposait une liste de douze éléments du marketing mix industriel.

Figure N° 01 : schéma représentant le marketing mixte de Neil Borden 1952 :



Source : Revue des études humaines et sociales -A/ Sciences économiques et droit.N° 21, janvier 2019. p. 13- 22

Jérôme McCarthy (1928 – 2015) : Est un professeur de marketing management américain, il est inventeur, en 1960, des « 4P » du marketing. McCarthy a repris le modèle de Borden. Il a procédé au regroupement de ces instruments en quatre grandes politiques, appelés également, les 4P du marketing mix :

- La politique de produit
- La politique de prix
- La politique de distribution
- La politique de communication

Figure N°02 : schéma représentant la répartition du marketing mix en 4P :



Source : Patrice DECOEUR, Succès marketing, « les grandes théories marketing expliqués », Dans *Marketing gagnants aujourd'hui*, page 7.

La théorie des (4P) a été présentée pour la première fois en 1960 par Jérôme McCarthy, puis vulgarisé et rendu populaire par Philip Kotler dans les années 70. La théorie des (4P) est aujourd'hui reconnue comme l'un des concepts fondamentaux du marketing.

Philip Kotler (1931) : est un professeur de stratégie marketing et de marketing international à la Kellogg School of management de l'université Northwestern. Est également considéré comme le père du marketing moderne, Philip Kotler a largement contribué à fonder le marketing en tant que discipline universitaire. A repris et actualisé plus tard le concept des 4P dans son ouvrage le plus célèbre « Marketing Management ».

Cet ouvrage a été élaboré en collaboration avec Kevin Keller, Delphine Manceau et Bernard Dubois.

Notre étude est saisie auprès de la partie de communication et transmission des messages qui est la partie ‘promotion’ autrement dit la quatrième politique des P4 principaux du marketing, dans le cadre communicatif la mise en disposition de l’information nécessite un processus de ou une stratégie qui dépend sur des outils qui seront mis au service de ce dernier, si dans le point de vue économique la promotion est liée à la publicité et mettre visible le produit d’une façon ou nous définirons la cible adéquate, cela fera de notre point de vue communicationnel notre ‘produit’ comme étant le message transmis, l’information diffusée ou bien dans notre cas est les différentes activités maintenues par l’organisation , nous avons définis ça comme étant le parcours ou bien la dimension adaptée pour engager notre recherche et la rédiger en aillant de la même direction mais dans le secteur de communicationnel.

7. Outils de l’étude :

Selon **Madeleine Grawitz** : « *la technique est un moyen d’atteindre un but situé au niveau des faits des étapes pratiques* ». (Grawitz, 1996)

Pour **Maurice Angers** : « *la technique de recherche est « un ensemble de procédés et d’instruments d’investigation utilisés méthodiquement pour recueillir des données dans la réalité* ». (Angers, 1995-1996)

Il existe différentes techniques scientifiques qui permettent aux chercheurs de collecter les données et les informations sur le terrain, dans le cas de notre étude, le nombre de notre échantillon est réduit pour cela nous avons procédé avec les deux techniques suivantes l’entretien et l’observation comme outil secondaire afin de compléter notre recherche.

7.1. L'entretien :

Dans le cadre de notre étude, nous avons travaillé en incluant l'outil d'entretien qui correspond le plus et qui nous servira à recueillir les informations qualitatives en ce qui concerne notre thème de recherche, et bien que cet outil est principalement liée à l'élaboration et la récolte de donnée fait de ce dernier un élément essentiel dans le processus de notre recherche.

« *L'entretien est utilisé en science sociale dans le but de recueillir des informations verbales à partir d'une relation de face à face entre l'enquêteur et l'enquêté* » (Boudon, 2005)

Et selon **Maurice Angers** : comme « *technique directe visant à interroger quelques individus, de façon semi-directive, pour faire un prélèvement qualitatif* ». (Angers, 1996)

En poursuivant toujours dans notre recherche, notre entretien serte est semi-directif souligné par la communication verbale directe qui nous apporte l'opportunité de laisser exprimer et élaborer à nos enquêtés ce qui nous permet de distinguer plus d'informations et nous amène plus de fluidité aux données recueillis.

Selon **LUC ALLBARELLO** : « *L'entretien semi-directif combine l'attitude non directive pour favoriser l'exploration de la pensée dans un climat de confiance et projet directif pour obtenir des informations sur des points définis à l'avance* » (Allbarello, 2003)

A cet effet, nous avons réalisé un guide d'entretien pour rassembler des données et des informations de la part de la population de l'étude. Notre guide englobe en totalité 23 questions réparti en (04) quatre axes, destinée aux différents personnels de l'organisation de CRA de la wilaya de Bejaïa.

- **Premier Axe** : contient les données personnelles des enquêtés reparti en (05) cinq questions.
- **Deuxième Axe** : se compose de (07) sept questions autour des TIC, leur utilisation et ce qui concerne son rôle et effectivité dans le CRA de la wilaya de Bejaia.
- **Troisième Axe** : contient (05) cinq questions portent sur la mise en visibilité et diffusion des différentes activités humaines auprès de public et ce que stimule à l'atteinte de cette dernière.

- **Quatrième Axe** : se focalise sur les TIC et la mise en visibilité des actions humanitaires désignant la relativité entre les deux variables comporte (06) six questions.

Le guide d'entretien est dans les annexes (voir annexe 01)

7.2. L'observation :

Observer est un processus incluant l'attention volontaire et intelligence, orienté par un objectif terminal ou organisateur et dirigé sur un objet en recueillir des informations. (Jean-Marie, 2015)

C'est l'action de regarder avec attention les faits pour les étudier, les comprendre, les analyser. (Albarello, 2007)

Selon **Maurice Angers** : « *l'observation est une technique ou méthode directe visant à observer, habituellement un groupe, de façon non directive, pour faire un prélèvement qualitatif* ». (Angers, 1996)

L'observation se présente comme étape primaire dans toute recherche scientifique, son rôle est de distinguer entre la réalité et de ce qui est connue, ou bien de la réalité elle-même. Nous avons adopté cette technique afin de débiter notre recherche plus précisément dans notre pré enquête. Nous avons entamé cet outil afin de réaliser les différentes méthodes utilisées par l'organisation de CRA

➤ Justification de l'absence d'une grille d'observation :

Nous avons adapté dans notre recherche l'outil de l'observation en tant qu'outil secondaire ce qui détermine sa présence en tant qu'élément complémentaire à notre premier outil qui est l'entretien, cependant l'observation est saisie afin de confirmer la fiabilité des informations sur terrain tout autant que les données fournis par les enquêtées , et suite à notre approche tenue qui est l'approche qualitative, cet aspect convient à son acquiescence avec les données descriptives , et cet outil étant secondaire élimine l'adoption d'une grille d'observation .

8. L'échantillon d'étude

Dans une recherche, un échantillonnage représente intégralement le circuit d'informations ou données qu'on cible à établir ou assembler en le convertissant d'une manière ou d'une autre à notre terrain et notre population tendue, signifiant que le type d'échantillonnage révélera à proximité la nature de notre donnée, dans notre recherche la population d'étude sont différents membres de l'organisation de CRA qui seront dorénavant mis en enquête.

8.1. L 'échantillon :

Nous avons effectué des entretiens avec six (06) personnes qui sont :

- Mr CHOUAT Slimane : président du CRA wilaya de Bejaïa.
- Mr GHEMMARI Abdelmalek : le chargé de communication
- Mlle BENKHETTACHE Célia : secrétaire.
- Melle MEZIANI Camélia : membre du bureau.
- Melle Amina : adhérente
- Mr. SADOUN Mehdi : adhérent.

8.2. Type d'échantillonnage :

« *L'échantillonnage consiste à un ensemble d'opérations qui permettent de constituer un échantillon représentatif de la population des études* » (Angers, 2014)

Notre échantillon d'étude a été élaboré à être adhérent et plus adéquat a notre thématique survenant la nature d'information, considérant notre approche suivie, qui est l'approche qualitative, qui précipite la notion de valeur de l'information, nous avons alors choisis la méthode non probabiliste, pour le type d'échantillonnage qui semble le plus convenant qui est le type raisonné ou autrement dit ciblé ou jugé.

La méthode d'échantillonnage non probabiliste, comme prévu, détermine le choix de la cible selon des critères semblant à détailler et préciser l'information, nous avons alors sélectionner les individus à enquêter d'une manière a les rétablir à notre thème sur terrain, notre sélection a priori des individus aillant une connaissance, également brève, des technologies de l'information et de communication sur les différents niveaux , tandis ceux qui permettent l'usage de ces derniers dans les différents taches du travail.

« Avec l'échantillonnage raisonné, l'analyste sélectionne directement (plutôt qu'au hasard) un sous-ensemble de la population censé être représentative de la totalité. Aussi appelé échantillonnage par choix raisonné car il fait appel au jugement d'une personne qui connaît bien le groupe et ses caractéristiques élémentaires. On le trouve souvent dans d'autres méthodes d'échantillonnages non aléatoires comme l'échantillonnage par quotas, mais il implique une intervention humaine supplémentaire »
([http://www.150.statcan/Echantillonnage/Echantillonnage non probabiliste.](http://www.150.statcan/Echantillonnage/Echantillonnage non probabiliste))

9. Étape de réalisation de l'enquête :

9.1. La pré-enquête :

La pré-enquête : est « *une phase du 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* ». (Aktouf, 1999)

Avant d'entamer notre étude on a programmé une période du 22 Février à 03 Mars 2023. pour but de se familiariser avec le milieu de travail se qui nous a accordé une meilleur vision sur le terrain afin de mieux interpréter les informations et élaborer ce qu'on a besoin à recueillir comme information, et surtout nous avons pris en compte de bien saisir notre thème afin de distinguer sa faisabilité au terrain, et la disponibilité des matières essentielles concernant notre thème à étudier afin de mener notre recherche.

a) Une recherche documentaire :

Afin de rassurer la pertinence de notre sujet de recherche nous avons consulté de différents ouvrages existant auprès de la bibliothèque de notre université, ce qui nous a servi à élargir de plus notre base de connaissances sur notre sujet, plusieurs lectures des documentations et mémoires qui traitait un thème similaire au notre ont été pris en charge afin de distinguer les éléments de fonction de l'étude qu'on devra mener.

D'ailleurs, et en ce qui concerne notre thématique, nous avons été porté à croiser plusieurs recherches, mémoires et thèses, qui documentent sur l'usage des TIC en Algérie dans les différents milieux professionnels, secteurs domaines et terrains existants, certes, peu a été trouvé sur la mise en visibilité.

D'autre part on a pu saisir, grâce aux recherches s menées, le taux d'usage et d'adaptation des technologies de l'information et de communication en Algérie dans l'organisation de CRA, les différents manières dont elles sont usées tout comme les différentes dimensions de l'usage de celle-ci, suite à la modernisation et le bouleversement que ses dernières ont accrus au milieux des organisations et leurs effets concernant la communication et la diffusion que ça soit en interne d'une organisation ou externe .

b) Une visite sur le terrain :

De suite à notre recherche on a bien sûr mené des visites répétitives sur terrain ce qui nous a laissé le champs d'observer le lieux et les différents personnels en fonction et d'occupations dans cette organisation, aboutissant à la distinction de la réalité de l'élément de notre recherche sur terrain , nous avons eu l'opportunité d'évaluer et de renseigner la disponibilité des éléments à étudier et mesurer la probabilité d'accroître notre théorie en pratique , tout en maintenant la taille de l'échantillon et la disponibilité des personnes définies à interroger, cela nous a conduit à la réalisation de notre théorie sur terrain et l'exploitation de l'usage des TIC dans les différents secteurs de l'organisation.

L'interrogation que nous avons pu projeter sur notre échantillon nous a bien démontré que la variation de l'information peut-être définie selon la fonction de chacun d'eux , mais cela n'était qu'un pilier de plus qui nous a certes, ouvert le champ à plus d'opinions et de visions différentes qui peuvent exister sur un seul élément de sujet , grâce à leurs différentes occupations que ces enquêtés poursuit en dehors de leurs fonctions dans le CRA de Bejaïa , la variation des information nous a susciter à enrichir notre travail de recherche et nous a mis au point de déterminer entre chaque information ce qu'on doit inclure dans notre recherche.

9.3. Le déroulement de l'enquête :

Cette étape est celle qui nous a permis de finaliser la collecte de données dans notre recherche, et nous offre l'occasion de se rapprocher de l'enquêtés, l'entretien prévu nous a guidé nous et nos enquêtés de cet organisme a une meilleure compréhension sur la projection de notre sujet de recherche sur terrain, ce qui a contribué à une vision plus spécifié et vive tout en nous donnant une structure déterminée sur les informations recherchées.

Nous avons débuté notre entretien le 13 mars 2023 jusqu'au 27 avril avec l'interrogation des personnels et de différents membres inclus dans l'organisation du CRA de la wilaya de Bejaia intégrant des membres qui utilisent les TIC ou des membres qui acquissent ces derniers dans les différentes taches du travail afin de mieux orienter notre étude.

Le guide que nous avons rédigé est constitué de quatre axes qui élabore les différentes variétés de notre thème incluant les données personnelles des enquêtés, des enregistrements et prise de note des soulignées importantes.

➤ Les entretiens sont effectués selon le programme suivant :

Tableau N°03 : les données personnelles de notre échantillon :

Enquêté	Nom et Prénom	Fonction	Expérience professionnelle	Date et Lieu de l'entretien	Durée de l'entretien
1 ^{er} enquêté	CHOUATI Slimane	Président	12 ans	Quartier Sghir	40 min
2eme enquêté	GHEMMARI Abdelmalek	Chargé de communication	2 ans	Quartier Sghir	35min
3eme enquêté	BENKHETTACHE Célia	Secrétaire	10 ans	Quartier Sghir	35min
4eme enquêté	MEZIANI Kamélia	Membre du bureau	3 ans	Quartier Sghir	25 min
5eme enquêté	Amina	Adhérente	1 an	Résidence 1000 lit	30 min
6eme enquêté	SADOUN Mehdi	Adhérent	1 an	Résidence 1000 lit	45 min

Source : Enquête du terrai

Cadre théorique

Chapitre 03

Les technologies de l'information et de la communication

Section 01 : évolution et développement des TIC

1. Aperçus Historique des TIC / Définition :

« Depuis la création de l'informatique de production début des années 1960 jusqu'aux années 1980, l'expertise était purement technique : l'expert analysait la tâche automatisée et faisait développer le programme informatique adéquat » (Sauret, 2002)

« depuis 1970, l'accélération dans la généralisation de l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) a été l'un des faits les plus marquants, leur évolution est passé par plusieurs étapes à savoir : l'automatisation, l'intégration et la transformation de l'organisation, la communication et en fin l'interaction et l'automatisation et l'introduction des machines au sein de l'entreprise afin de remplacer l'homme qui assurait des tâches et des procédures complexes, effectuées manuellement. C'est la première innovation technologique, elle a permis aux grandes entreprises d'établir les grands systèmes de base supportant leurs activités. Les TIC n'avait alors qu'un rôle de support, rendant automatiques les processus pour augmenter les gains de productivité. »

A partir des années 1980 le rôle des TIC a évolué pour devenir plus stratégique puisqu'il permettait d'intégrer l'ensemble des informations au sein des organisations et ainsi diminuer les coûts de transactions internes. (Aubert, 2010)

A partir des années 1990 avec le développement de l'internet et l'augmentation considérable des capacités de traitement des outils informatiques et leur miniaturisation, le champ d'intervention de l'informatique a débordé des grands systèmes de production pour investir l'ensemble des activités administratives, internet est devenu un médium incontournable pour les entreprises. Elle est constituée la principale innovation technologique suivante en offrant de nombreuses possibilités d'interaction pour les organisations. De plus, les ordinateurs personnels sont devenus des outils de communication avec internet, de nouvelles innovations ont été permises pour les organisations. Les firmes comme Dell, Amazon et eBay ont pu émerger.

L'invention de net : le web « World Wide Web » est un système d'hypertexte qui permet aux utilisateurs de passer d'une page à une autre lorsqu'ils naviguent sur internet c'est l'américain Tim Berners-Lee qui a créé le Web afin de faciliter l'accès à internet au grand public.

En fin le web 2.0 a fait son apparition dans les années 2000 ce qui permis la bidirectionnalité et l'individualisation, d'autre part, grâce à cette nouvelle innovation technologique, elle offre la possibilité de communiquer avec les acteurs externes (clients, parties prenantes ...).De plus le web 2.0 permet la connectivité des usages et des objets d'individualisation et portabilité. (Adrar & Allouti, 2017/2018)

Tableau N° 04 : Historique des TIC

Phase-années	1970	1980	1990	2000
Phase	Automatisation	Intégration et transformation de l'organisation	Communication	Interaction et individualisation
Innovation	Ordinateurs, robots et machines.	Ordinateurs personnels.	Internet (Web 1.0)	Web 2.0
Caractéristiques	Accroissement du capitale physique	Généralisation des outils bureautiques. Digitalisation et transformation des processus d'affaires.	Globalisation du réseau informatique. Standardisation des interfaces utilisées.	Connectivité des personnes et des objets Individualisations et portabilité Ubiquité.
Impact économique	Gains de productivité	Gains de productivité. Réduction des coûts de transactions internes.	Gains de productivité Réduction des coûts de transactions internes et externes Transformation de la chaîne de valeur.	Gains de productivité Réduction des couts de transactions internes et externes Transformation de la chaîne de valeur. Augmentation des bénéfices informationnels.

Source : *Aubert B et all*, « l'innovation et les technologies de l'information et des communications » HEC Montréal, octobre 2010, p, 7.

Les TIC : Définition :

Les TIC sont une arme irremplaçable dans la circulation rapide des informations grâce à l'ensemble des technologies utilisant l'internet et ses protocoles. Elles comprennent tout d'abord matériel informatique, les logiciels et la télécommunication. L'autre particularité des TIC, et à laquelle aucune technologie ne peut se mesurer, réside dans le fait qu'elle touche tous les domaines de notre vie : pour faire du business, vendre, acheter, former, échanger..., il suffit de se connecter sur internet.

Selon BRUNO HENRI et MAURICE IMERT : « *les TIC c'est l'ensemble des outils permettant d'accéder à l'information, sous toutes ses formes, de manipuler, transmettre, en s'appuyant sur des technologies informatiques et de télécommunication* ». (Imert & Bruno, 2002)

Donc les TIC sont des outils technologiques qui transportent l'information de façon rapide et au bon moment dans n'importe quel coin du monde, grâce à l'internet et à la télécommunication qui nous aide à bien transmettre le message et de le diffuser facilement. Les autres les définissent comme étant « l'ensemble des technologies utilisées dans le fonctionnement, et la transformation et le stockage sous forme d'électronique, elles englobent les technologies des ordinateurs, les communications et le réseau qui relie les appareils tel que fax et d'autres supports ». (Charpentier, 2001)

Selon AHMED SILEM, *les technologies de l'information et de la communication sont comme « ensemble des techniques relatives à l'audiovisuel, aux télécommunications, à l'informatique, et leur imbrication* ». (Silem, 1997)

Les TIC regroupent les outils utilisés pour la collecte, le stockage, le traitement et la diffusion des informations comme par exemple ; les sites web, les logiciels, le multimédia ... L'agence TIC Bourgogne a établi une classification de la filière TIC qui se décompose en 07 segments :

A-Informatique: il regroupe notamment les prestataires de services informatiques ainsi que les activités liées aux logiciels, à la sécurité informatique, à l'infogérance...

B-Télécommunications : ce segment s'intéresse aussi bien aux opérateurs de services, fournisseurs d'accès qu'aux prestataires de l'exploitation de serveurs.

C-E-marketing : conception de système de vente en ligne : il prend en compte les activités de commerce électronique et des centres d'appels.

D-Multimédia : sont regroupés dans ce secteur les activités de création de contenus, d'édition mais aussi les secteurs de l'e-communication, de l'image et du son.

E-Matériels pour les TIC : on retrouve dans ce segment essentiellement des activités de fabrication de matériels informatiques, de périphériques, de support de stockage, d'équipements électroniques et de communication.

F-Ingénierie des savoirs et de la croissance : ce segment concerne le e-Learning et la gestion électronique des documents.

G-Imagerie, technologies de visualisation et de contrôle : dans ce dernier segment, sont concernées les activités d'imagerie médicale, de télésurveillance ou encore de modélisation. (Bourgogne, 2008)

2. Les différents outils des TIC :

Le bouleversement provoqué par l'essor des techniques numériques, principalement L'informatique et Internet se traduit par une mise en réseau planétaire de nouvelles formes de communication (courriels, réseaux sociaux) et le développement du secteur TIC ainsi qu'une décentralisation dans la circulation des idées.

Selon (COUTINET, N.2006) que d'après l'OCDE, le secteur des TIC se résume en trois 03 : le secteur informatique, Electronique et télécommunication qui regroupent l'internet, l'utilisation de l'e-mail, les systèmes d'information dans la prise de décision, le réseau intranet, extranet, etc... Comme ces différentes techniques peuvent être regroupé par catégories (Pujolle, 2000)

2.1. Technologie de la communication : le terme communication renvoie à l'ensemble des techniques qui permettent l'émission et la réception quasi immédiate d'une information, audio, écrite et numérisée.

2.1.2. La téléphonie :

Le téléphone a été inventé en 1876 par GRAHAM BELL, utilisé pour la première fois à Paris en 1878.

Le téléphone est un dispositif de communication qui permet de transmettre la voix à distance ou une conversation à distance ; le téléphone est classé dans l'univers des TIC. Cette technologie a évolué au fil du temps : (Lesourd, 1966)

- **Téléphone fixe** : c'est un appareil qui permet la transmission de la parole à distance et de l'information qui se partage de bouche à l'oreille. (Servin, 1997)
- **Téléphone mobile** : également appelé téléphone portable ou cellulaire ; un dispositif composé d'un émetteur et d'un récepteur relié avec un circuit sans fil. (Lesourd, 1966)
- **Le fax** : ou télécopieur, c'est un appareil électronique qui a pour rôle de convertir des documents, images en impulsion électrique afin de les transmettre à un destinataire.

2.2. Le réseau informatique :

Il s'agit d'un ensemble de moyens matériels et logiciels mise en œuvre pour assurer l'échange des communications entre les ordinateurs, le réseau informatique est constitué de trois outils à savoir l'internet, l'intranet, et l'extranet.

2.2.1. Réseau internet :

Les réseaux sont nés du besoin d'échanger des informations de manière simple et rapide entre des machines. En d'autres termes, les réseaux informatiques sont nés du besoin de relier des terminaux distants à un site central puis des ordinateurs entre eux, et enfin des machines terminales, telles que les stations de travail à leur serveur (Pujolle, 2000)

Selon **Marie-France** : l'internet présente : « *un ensemble d'ordinateurs interconnectés entre eux par des câbles, liaison téléphoniques, infrarouge...et communicant avec le même langage grâce aux réseaux informatique* » (Belkhiri, sans date)

- Les applications de l'internet on a :

- **La messagerie électronique (e-mail) :**

C'est une infrastructure conjuguant informatique et télécommunication dans le but de faire circuler des informations de diverses natures entre des postes de travail, et donc des personnes. A ce titre, un système de messagerie fournit des services à divers types d'application nécessitant d'adresser de l'information qui peut prendre la forme de formulaire, de télécopies de plannings ou de convocation à des réunions et de Works flow. (Tajan, 1999)

- **Le world wide web (WWW) :**

World wide web appelé aussi web ou encore « la toile » définie comme : « Une grande bibliothèque de document du monde qui comprend des bases de données, des informations, des documents textuels et ou multimédias etc. sa caractéristique principale est que chaque service qui contient des informations pour diriger. L'utilisateur d'une façon automatique et transparente vers d'autres serveurs pour faciliter l'exploration des autres ressources du web » (Boulouc, 2003)

- **Le courrier électronique :**

Le courrier électronique est un message échangé entre deux ordinateurs, pouvant inclure texte et fichiers attachés (image, programmes, vidéo sons, animations, etc.). visé toutes les personnes disposant d'un accès à l'intranet, il est pour objectif de faciliter les échanges entre les membres du personnel. (Boistel, 2007)

- **Le transfert des fichiers FTP (file transfert protocole) :**

FTP « est un outil qui permet de déposer des informations sur un ordinateur dit serveur FTP à un autre ordinateur distant viendra chercher ces information ». (Boulouc, 2003)

2.2.2. Réseau intranet :

L'intranet est un système d'information interne relié à une entreprise, qui se repose sur une technologie, une architecture de type internet, qui veut dire l'information circule à travers le web, des ordinateurs connectés sur le réseau grâce à des navigateurs programmés. (Germane.M, 1998)

2.2.3. Réseau extranet :

Un réseau extranet est un outil informatique dont la liste de sécurité est externalisée c'est-à-dire gérée par un organisme ou une entité externe aux utilisateurs. L'extranet est une extension du système d'information de l'entreprise à des partenaires situés au-delà du réseau interne. (Demont, 2006)

3. Les outils de gestion des données : la gestion des données est techniquement assurée par des logiciels techniques nommés « SGBD » (système de gestion bases de données).

3.1. Les bases de données :

La base de donnée permet la mémorisation des informations, et de les stocker et de retrouver une intégralité de données brutes en les regroupant dans un système informatique central de grande capacité. (Ritchie, 2008)

3.1.1. DATAWAREHOUSE :

Il s'agit d'une application qui regroupe un ensemble de données qui sont répertoriées selon un historique bien précis. Selon Grouard J.M, « l'objectif du Datawarehouse est de centraliser toutes les données en optimisant l'information qu'elles contiennent ». (Grouard, 1998)

Il représente aussi un système d'aide à la prise de décision, pour centraliser et automatiser le traitement des informations.

3.1.2. Le Datamining :

Le Datamining est un « processus qui permet de découvrir dans de grosses bases de données consolidées des informations jusque-là inconnues, mais qui peuvent être utiles, et d'utiliser ces informations pour soutenir des décisions tactiques et stratégiques » (Govare, 2002)

Donc le Datamining désigne une certaine façon d'extraction de connaissance, une méthode de sondage de données.

3.2. Echange de données informatisées(EDI) :

L'apparition de l'EDI dans l'environnement des entreprises est pour objet de simplifier la transition des documents et d'autres discussions, en sachant que cet échange apporte des biens

pour l'organisation, attitre d'exemple la réduction des couts des transactions, plus l'accélération de la production, encore plus des accuses de réception plus rapide. (Pateyron, 1998)

L'EDI ont pour but d'échangé d'une manière automatique entre les entreprises. C'est une option pour deux parties d'échanger des informations selon un format normalisé, et par le contact d'outils informatique.

4. Intégration matérielle :

4.1. LE GROUPEWARE :

Le groupeware est définit comme étant « l'ensemble des techniques et des méthodes qui contribuent à la réalisation d'un objectif commun a plusieurs acteurs, séparés ou réunis par le temps et l'espace, à l'aide de tout dispositif interactif. Faisant appel à l'informatique, aux télécommunication et aux méthodes de conduite de groupe ». L'objectif du GROUPEWARE consiste à faciliter la communication à travers les outils techniques et informatiques...etc.ces moyens vont permettre le stockage des informations, leur transaction et la gestion efficace de cette transition. (Favier, 1998)

4.2. LE WORKFLOW :

Le Workflow fait partie intégrante du GROUPEWRE, il s'agit de transformer les processus des documents papier par documents électroniques. (Saadoune, 2000)

Le workflow est une technique permettant l'automatisation des taches de traitement, de distribution et d'archivage de l'information collectée en temps réel. Le flux de travail est pris en charge par le système de l'information ce qui accélérer les enchainements et canalise une partie de l'activité des personnes. Lorsqu'une équipe utilise un logiciel de Groupware pour travailler en commun via internet sur un projet, elle échange et partage des informations, coordonnées par des procédures prenant la forme de forme de formulaires. Ces procédures d'échange et d'annotation font intervenir la notion de Workflow (Henriet, 1988).

5. Les réseaux sociaux :

Les réseaux sociaux peuvent être définit comme des « plates formes internet qui permettent de partager des informations, collaborer, créer et développer des communautés ». (Malka & Peter, 2014)

« Les réseaux sociaux en ligne, ou social networks en anglais, désignent les sites internet et application mobiles qui permettent aux utilisateurs de se constituer un réseau d'amis ou de relations, et qui favorisent les interactions sociales entre individus, groupes d'individus ou organisation. Le réseautage social ou social Networking, désigne l'utilisation des réseaux sociaux » (Levy, 2017)

- Parmi les différentes applications des réseaux sociaux :

5.1. Facebook : est le réseau social le plus médiatisé et le plus utilisé au monde trouver son origine en 2004. Il naît dans les bâtiments de l'université de Harvard à l'initiative de Mark Zuckerberg, aidé d'Eduardo Saverin pour les aspects commerciaux et marketing. Devenu accessible au grand public en Septembre 2006, Facebook s'est également ouvert aux applications tierces : créées par des concepteurs indépendants de Facebook, elles ont contribué à développer l'écosystème de la plateforme et dopé la croissance du réseau social. (Colatonia, 2011)

5.2. Twitter : c'est une plateforme de microblogging sur laquelle les membres peuvent partager des contenus textuels courts, composés de 140 caractères maximum, éventuellement accompagnés d'un visuel, d'une vidéo ou d'un lien vers un article. Ce réseau est principalement utilisé pour relayer des actualités, a été fondé en 2006 dans un parc de San Francisco par Jack Dorsey. (Laubache, 2013)

5.3. LinkedIn : est un réseau social professionnel en ligne, créé en 2003. Anglo-Saxon de naissance, son siège social est en Californie, il se veut l'endroit privilégié où vous retracez dans le détail votre parcours professionnel. Une sorte de curriculum vitae en ligne. LinkedIn va bien au-delà puisqu'il se présente comme un réseau social. Votre Cv est nettement augmenté par des fonctions liées à l'administration et l'exploitation professionnelle d'un tel réseau, le carnet d'adresse et sa gestion en constituent une démonstration simple et efficace. Au début de 2013 le site LinkedIn revendique plus de 200 millions de membres issus de 170 secteurs d'activités dans plus de 200 pays et territoires. Aucune ambiguïté possible sur LinkedIn, on doit s'exprimer sur son métier, manifester son expertise, savoir-faire, expérience ou encore succès. (Leroy, 2011)

5.4. You tube : créé en 2005(en Californie) et rapidement racheté par Google, En Octobre 2006, troisième site le plus visité au monde (alexa.com). You tube est consulté chaque mois par plus d'un milliard d'utilisateurs uniques (Youtube.com). Ce site donne la possibilité aux

personnes et aux organisations inscrites de parler et de partager de façon illimitée des vidéos, une catégorie de contenus largement plébiscitée sur le web et un canal de communication percutant, et à tous de les regarder, Encore un média social numérique de référence, une caisse de résonance importante pour qui décide d'y être présent. (Gervais, 2021)

5.5. Instagram : Fondé en 2010 Par Kevin Systrom. Instagram est un réseau social qui permet de partager des photos avec ses abonnés sur Smartphone. Différentes filtres sont disponibles pour personnaliser les photos. Les personnes qui sont abonnées peuvent noter, commenter les images (instagram appartient à facebook depuis 2012) (Laethem & Blogey, 2016)

3. Caractéristiques des TIC :

« Toutes les technologies de l'information et de la communication tournent autour du réseau Internet. Ce dernier a permis le raccourcissement des délais dans la diffusion et le partage des informations. Ainsi il devient un média de communications universelles et le premier centre d'échange de savoir et de diffusion ».

LAFITTE M. (2006) résume l'apport des technologies de l'information et de la communication en cinq points :

- **Compréhension du temps :**

La vitesse de traitement se chiffre en millions d'opérations par seconde, ce qui permet de réaliser dans un temps plus court des opérations auparavant effectués manuellement ;

- **Compréhension de l'espace :**

Ceci facilite la transmission quasi instantanée, assimilable à la vitesse de la lumière sur des réseaux accessibles de partout ;

- **Capacité de stockage :**

La technologie magnétique et optique permet de stocker de grandes quantités d'informations dans un volume réduit ;

- **Flexibilité d'usage :**

La numérotation des données permet de leur appliquer différents traitements et de les restituer sous des formes et sur des supports divers.

- **Efficacité :**

Celui qui utilise ces technologies est indépendant et expéditeur en même temps, c'est-à-dire qu'on peut recevoir des courriers n'importe quelle temps le cas de l'email. (Rachedi, 2006)

Section 02 : les TIC dans l'organisation :

1. L'usage des TIC dans l'organisation :

Les technologies de l'information et de la communication sont un formidable outil interactif qui permet de communiquer en temps réel. Certains délais se trouvent ainsi réduits. Le tissu entrepreneurial se dynamise grâce à ces nouveaux outils technologiques, notamment avec l'aide d'Internet.

Grâce aux technologies de plus en plus perfectionnées, les organisations améliorent considérablement leur productivité globale, que je qualifie même d'hyper-productivité. L'efficacité globale n'en est que nettement supérieure. A partir du moment où il y a un certain équilibre dans l'usage collectif ou individuel des technologies, l'impact ne peut être que positif. Malgré tout, la société est loin d'être dépassée par les nouvelles technologies. L'utilisation de ces technologies optimise la façon de travailler avec un redéploiement des ressources vers des tâches à plus grande valeur. En libérant ces ressources et moyens, l'entreprise doit aussi savoir les préserver en adoptant bien sur la méthode de gestion des connaissances (knowledge management) indispensable à la réussite d'un changement organisationnel.

De même, Il y a des difficultés d'appropriation et sources d'exclusion comme il a été observé par Jean-Claude Spérandio, les TIC posent des problèmes cognitifs forts comme la maîtrise de systèmes informatiques qui repose sur 04 conditions que toutes les personnes ne réunissent pas :

- 1 - il faut savoir lire (ou décoder) les informations qui sont affichées à l'écran.
- 2 - il faut comprendre le vocabulaire (ou le code) et les concepts utilisés.
- 3 - il faut accepter les règles.
- 4 - il faut découvrir le mode d'emploi au fur et à mesure de l'utilisation de jeu, accepter d'obéir aux instructions du système

En effet l'usage des TIC est d'autant mieux maîtrisé qu'il s'intègre au travail des personnes. Mais la maîtrise d'usage requiert des compétences particulières dont l'acquisition dépend du processus d'implantation des TIC, et de ses conditions d'apprentissage. Les

transformations organisationnelles que les TIC favorisent, ne créent pas forcément de bonnes conditions d'apprentissage.

De sorte que, les TIC et les formes d'organisation qui leur sont associées mobilisent des compétences sociales et comportementales c'est-à-dire des compétences techniques et professionnelles. Les usages qui s'intègrent au travail quotidien favorisent l'appropriation, pour que l'usage des TIC soit efficace, il faut qu'il soit bien intégré au travail quotidien des personnes. Dans le cas (qui est le plus fréquent) de la transformation de professions existantes, l'apprentissage (au sens large) est plus facile lorsque l'usage des TIC prolonge les fonctions et les compétences existantes (quitte à les modifier).

Or, l'efficacité des TIC est conditionnée par le processus d'implantation : ce processus d'implantation doit inclure :

- la négociation,
- la participation et l'interactivité,
- la formalisation des besoins,
- des actions de sensibilisation aux TIC,
- la prise en compte de l'activité réelle des hommes et des services

C'est pourquoi, Les technologies de l'information et de la communication doivent être considérées comme un outil, une technique, une infrastructure. Elles relèvent de l'horizontalité et de la multiplicité donc une démarche participative des utilisateurs. Les TIC ouvrent tous les espaces, mais aussi tous els aspects de la vie sociale, du développement et de l'aménagement. Également, sont un véritable levier désenclavement. Elles redonnent des potentialités, au travers de projets initiés. Les TIC permettent à tout usager de travailler, de communiquer, d'échanger des informations en temps réel. Ceci un outil interactif fabuleux.

Les TIC offrent aux organisations de nouvelles opportunités d'évolution qui peuvent avoir des répercussions en termes de développement local et d'emploi, du fait de l'adoption de nouveaux modes de répartition des activités (changement de localisation, sous-traitance), de changements dans l'organisation du travail (exemple : télétravail), de la création de nouvelles activités ou du recours à de nouveaux services externes De plus, la capacité offerte par les TIC à des bases de données alimentées par tous développe un sentiment d'appartenance à l'entreprise plus fort, et une grande solidarité entre les hommes, ce qui facilite le

fonctionnement des groupes de travail, grâce à un mode d'organisation transversale qui rapprochent les différentes fonctions de l'entreprise. (Rachedi, 2006)

Dans ces conditions, l'usage des TIC au sein de l'organisation permet d'améliorer la coordination verticale (entre niveaux) et horizontale (au même niveau) : la possibilité de communiquer plus vite et mieux facilite le fonctionnement de l'ajustement mutuel et de la supervision directe (Reix, 1998).

Cela signifie que les nouvelles structures organisationnelles développées suite à l'utilisation accrue des TIC correspondent mieux à des relations de travail plus interactives et plus coopératives (Hayes et Jaikumar, 1989).

2. L'impact des TIC sur l'organisation :

Les technologies de l'information et de la communication, visent à développer une utilisation de plus en plus performante et stratégique du traitement de l'information, d'où les mutations sur la nature, le contenu...et les modalités du travail, ont engendré une dérégulation des temps. Le travail s'effectue aujourd'hui à n'importe quelle heure de la journée ou de la nuit. Enfin, la capacité à échanger des idées et des savoirs a explosé avec les réseaux numériques. C'est la fin des effets frontières, experts et scientifiques peuvent échanger sur le Net ou sur des réseaux. On voit ainsi le développement de véritables réseaux de compétence et d'excellence.

En effet, les TIC sont transversaux, elles peuvent provoquer des changements organisationnels ou techniques dans toute l'entreprise. Elles concernent les techniciens pour les outils (leur utilité, leurs enjeux, leur coût, leurs performances) mais elles mobilisent aussi les usagers, un par un ou de façon collective. Les entreprises préoccupées par les usages des TIC et leur déploiement sont caractérisées par une réflexivité importante. Ces technologies offrent aux entreprises de nouvelles opportunités d'évolution qui peuvent avoir des répercussions en termes de développement local et d'emploi, du fait de l'adoption de nouveaux modes de répartition des activités (changement de localisation, sous-traitance), de changements dans l'organisation du travail (exemple : télétravail), de la création de nouvelles activités (télé conseil ou télégestion d'équipement par exemple) ou du recours à de nouveaux services externes (exemple ;: télé secrétariats).

De même, les TIC permettent de transformer le travail individuel d'un réseau à un travail collectif, parce qu'elle a transformé la méthode de travail sur deux niveaux à l'intérieur grâce

au travail collectif et extérieur grâce au travail stratégique ce qui a donné une grande force au travailleur par l'intermédiaire de l'épanouissement de l'environnement du travail collectif Et aussi ces technologies , augmentent la possibilité techniques de coopération, et sont bien souvent mises en place à cet effet, les salariés devront donc apprendre à coopérer. Cet apprentissage est par nature collectif. Il faut qu'chacun ait du temps à donner.

Cependant, en permettant de nouvelles possibilités d'échange et de partage d'information, elles facilitent et peut-être accélèrent un certain nombre de changements La clé aujourd'hui, ce n'est pas un problème de taille, c'est un problème de stratégies des acteurs. C'est un défi stratégique d'une ampleur nouvelle

Dans le champ d'action du management par exemple l'impact de l'organisation et les structures et le travail quotidien du personnel sont progressivement touchés par la propagation des TIC et leur influence dans l'ensemble des fonctions. En effet, les TIC ne sont pas utilisés comme n'importe quel outil dont on garantirait la simple modernisation. Elles proviennent d'orientations prises par la direction sur des axes stratégiques de nature très différente : commerciale, administrative ou technique. Elles peuvent être le résultat d'arbitrages entre telle ou telle fonction, qui voit un avantage à se moderniser.

La maîtrise des flux d'information en réseau lui assure une cohérence organisationnelle tout en améliorant son efficacité. L'information est ainsi détectée "en temps réel" et avec peu d'effort une fois programmée. Mais la capacité des organisations à intégrer de façon efficace ces nouvelles technologies ne relève pas uniquement de la compétence technique. Elle dépend aussi de son organisation et repose sur la capacité des acteurs humains à construire de nouvelles configurations organisationnelles dans lesquelles les technologies sont insérées. (Rachedi, 2006).

3. Les avantages et inconvénients des TIC : (Bernard & Silem, 1997)

3.1. Avantage :

- La rapidité pour les échanges des messages et l'accès à des différentes données.
- Elles permettent le gain de temps et de cout, la diversité des informations.
- La découverte de multiples sites et aussi la communication à temps réel et à temps voulu.

3.2. Limite :

- Le manque de confidentialité vis-à-vis des données échangées.
- Le piratage des données confidentielles.
- L'endommagement des données sauvegardées en cas de virus.

Chapitre 04 :

La mise en visibilité des actions humanitaires :

Section 01 : aperçue historique sur les actions humanitaires :

1. L'évolution de l'action humanitaire :

L'humanitaire est né après la bataille de Solferino de juin 1859, témoin de l'hécatombe, Henry Dunant improvise des secours pour aider les soldats des deux (02) camps. Sans le savoir, Il venait de poser les bases d'actions humanitaires, c'est-à-dire une assistance réalisée de manière impartiale, sans discrimination et dans le seul but d'apporter une aide aux personnes vulnérables.

En 1863, il participera avec 04 autres personnes à la fondation des bases du Mouvement international de la Croix-Rouge, le (CICR) qui est toujours aujourd'hui très activement présente dans les contextes humanitaires. ([http://cdb-humanitaire.fr/qu'est ce que l'humanitaire/](http://cdb-humanitaire.fr/qu'est_ce_que_l'humanitaire/))

En 1864, une première « convention de Genève » est signée, reconnaissant un espace humanitaire pour tous, sur les champs de bataille. Le principe de neutralité, si cher à la Croix-Rouge et base de son autorité morale, établira aux yeux de toutes les limites de l'association.

Par la suite, la période de la deuxième guerre mondiale suscitent un élan de solidarité, marqué par la création des premières associations privée (ONG), leurs mission principale est de venir en aide aux populations affaiblies et appauvries par les conflits au niveau local, national ou international.

La fin de la Deuxième Guerre mondiale est marquée par la création de l'Organisation des Nations Unies (ONU) En 1945, et qui veut dire une organisation internationale capable de maintenir la paix et la sécurité internationales. Dans ce cadre, ils se dotent au fil du temps d'agences spécialisées (UNICEF) qui contribuent également à l'aide humanitaire (Brigitte & Caspar, 2003).

Dès son origine, l'action humanitaire se résume à l'assistance et aux secours dans la situation de conflits armés.

2. Action humanitaire (définition) :

« L'action humanitaire est celle qui vise sans aucune discrimination et avec des moyens pacifiques, à préserver la vie dans le respect de la dignité à restaurer l'homme dans ses capacités de choix »

« L'action humanitaire n'a pas pour ambition de transformer une société mais d'aider ses membres à traverser une période de crise, autrement dit de rupture d'un équilibre antérieur » (Brauman, 1995)

L'action humanitaire est une assistance fournie par un seul ou une conjonction d'acteurs, s'insérant à des niveaux variés dans un dispositif international de l'aide régie par un certain nombre de principes et mise en œuvre (au nom de valeurs considérées comme universelles), au profit de population dont les conditions d'existence du fait de la nature (catastrophe) ou de l'action d'autres hommes (conflits armés internes ou internationaux) sont bouleversées, et l'intégrité physique atteinte, voire la survie même compromise. (Ryfman, 1999)

3. Les principes humanitaires :

Les principes humanitaires sont parmi les plus anciennes références régissant l'action humanitaire tant dans son caractère fondamental que dans son déploiement pratique. Ils établissent quelles sont les conditions acceptables dans lesquelles l'action humanitaire peut être fournie en toute sécurité au profit des populations et des territoires affectés par la violence et les conflits armés

L'action humanitaire moderne repose donc sur quatre grands concepts, à savoir: l'humanité, l'impartialité, la neutralité et l'indépendance. Ces principes sont les fondations fondamentales pour l'action humanitaire. Ces principes humanitaires sont dérivés des principes essentiels guidant le travail entrepris par le Comité international de la Croix-Rouge et des associations nationales de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge (humanité, impartialité, neutralité, indépendance, service bénévole, unité et universalité). Ces principes humanitaires constituent les fondations fondamentales pour l'action humanitaire. Sont fondamentaux à la création et la pérennisation de l'accès aux populations affectées dans le contexte d'une catastrophe naturelle, d'un conflit armé ou d'une situation d'urgence complexe, ces principes sont :

1. **L'humanité** : la souffrance humaine doit être soulagée ou qu'elle prenne place. Le but de l'action humanitaire est de protéger la vie et la santé, et de garantir le respect des êtres humains.
2. **L'impartialité** : l'action humanitaire doit être réalisée seulement selon les besoins. En donnant la priorité aux cas de détresse les plus urgents et sans établir de distinctions fondées sur la nationalité, la race, le sexe, la croyance religieuse, la classe ou l'opinion politique.
3. **La neutralité** : les acteurs humanitaires ne doivent en aucun cas prendre de parti dans les hostilités ou participer à des polémiques de nature politique, raciale, religieuse ou idéologique.
4. **L'indépendance** : l'action humanitaire doit être indépendante de toute opinion politique, économique militaire ou autre pouvant appartenir à tout acteur quant aux domaines de la mise en œuvre de celle-ci. (<https://www.trocaire.org>. Manuel de l'action humanitaire de trécaire)
5. **Volontariat** : il est un mouvement de secours volontaire et désintéressé.
6. **Unité** : il ne peut y avoir qu'une seule société de la croix rouge et du croissant rouge dans un même pays, Elle doit être ouverte à tous et étendre son action humanitaire au territoire entier.
7. **Universalité** : le mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, au sein duquel toutes les sociétés ont les droits égaux et le devoir de s'entraider, est universel. (croix-rouge C. i., 2011)

4. Les composantes du mouvement humanitaire :

4.1. Le comité international de la Croix-Rouge (CICR) :

« Est une organisation neutre et indépendante qui assure une aide humanitaire et une protection à des victimes de guerre et de guerres et de violences armées ». (<http://www.ifrc.org/fr/vision-et-mission/mouvement/>, 2023)

Le CICR chapeaute toutes les activités de secours internationales du mouvement. Il est pour mission de promouvoir du droit international humanitaire et des principes humanitaires universels. Il est « promoteur et gardien du droit international humanitaire, il s'efforce d'assurer protection et assistance aux victimes des conflits armés, de troubles intérieurs, ainsi que d'autres situations de violence interne ». (croix-rouge c. i., 2003)

Le CICR accompagne toute initiative portante sur l'insertion et le développement de droit international humanitaire, il dispose d'un mandat permanent et diffuse les principes de mouvement, il est autorisé à visiter les prisons, à organiser des opérations de secours, à réunir les famille séparées(RLF) et à mener toutes autres activités humanitaires durant les hostilités, et aussi il répond aux besoins des personnes déplacées à l'intérieur de leurs frontières, « son siège est à Genève, en Suisse. L'organisation emploie plus de 12 000 collaborateurs dans 80 pays, Prés d'un tiers de ses activités de terrain sont menées en coopération avec des sociétés nationales ». (<http://www.ifrc.org/fr/vision-et-mission/mouvement/>)

4.2. La fédération internationale des sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant Rouge :

« Est une organisation humanitaire à vocation mondiale qui coordonne et dirige des opérations internationales de secours lors de catastrophes naturelles et dans le cadre de catastrophes d'origine humaines non liées à des situations de conflits. Sa mission consiste à améliorer les conditions d'existence des personnes vulnérables en mobilisant le pouvoir de l'humanité ». (<http://www.ifrc.org/fr/vision-et-mission/mouvement/>)

La fédération soutient les sociétés nationales pour lutter les souffrances humaines dans le monde. Elle mit en place des programmes d'actions de secours et des projets de développement en coordonnant les secours internationaux et la mise en œuvre des activités sanitaires et des campagnes de sensibilisation ainsi que la promotion des valeurs humanitaires. D'une autre manière, « la Fédération internationale soutient des efforts de réduction des risques et de lutte contre la propagation de maladies infectieuses comme le VIH/Sida, la tuberculose, la grippe aviaire et le paludisme. Elle se consacre également à combattre la discrimination et la violence, et à promouvoir les droits de l'homme et l'aide aux migrants. » (<http://www.ifrc.org/fr/vision-et-mission/mouvement/>)

La fédération vise à atteindre divers objectifs, parmi eux :

- Réduire le nombre des morts et des blessés et minimiser l'impact des catastrophes.
- Réduire le nombre des morts et des malades et minimiser l'impact des maladies et des urgences de santé publique.

- Accroître la capacité des communautés locales, la société civile et les organisations de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge à faire face aux situations de vulnérabilité aigüe.
- Promouvoir le respect de la diversité et de la dignité humaine, faire reculer l'intolérance, la discrimination et l'exclusion sociale. »
(<http://www.ifrc.org/fr/vision-et-mission/mouvement/>)

4.3. Les Sociétés nationales de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge :

Elles ont pour objectif la mise en application des principes du mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge dans 190 pays, Elles sont auxiliaires des pouvoirs publics dans leur propre pays. Elles dirigent toutes les actions humanitaires dans les domaines de secours en cas de catastrophe, les services de santé et les programmes sociaux. « En temps de guerre, elles fournissent une assistance à la population civile affectée et apportent leur soutien aux services de santé de l'armée, le cas échéant ». (Croix-Rouge, 2007)

Section 02 : la visibilité des actions humanitaires à travers l'usage des TIC :**1. La visibilité (définition) :**

« La visibilité est l'exposition manifeste à la vue, à l'entendement d'autrui. Dans la relation numérique, elle est consécutive à l'interaction et au partage, comme le partage, elle est transcendante à la construction synchrone d'un projet de travail ».

Selon Olivier VOIROL, il y'a deux notions de visibilité, la visibilité médiatisé et immédiate :

« Alfred Schutz insistait sur le fait que le sens « suprême » de la réalité correspond à l'expérience immédiate : c'est à partir de cette expérience que s'organise le champ d'intelligibilité des occurrences dans la pratique ordinaire, le degré premier d'attention se concentre sur l'univers des apparences dans la pratique ordinaire, le degré premier d'attention se concentre sur l'univers des apparences immédiates, dans un espace et une temporalité contigüe. Avant toute chose, l'expérience s'organise par une attention sur l'immédiateté de l'ici et maintenant, fait de relations de face-à-face et d'une inscription immédiate dans l'espace et le temps. L'attention à l'émergence des apparences s'opère dans un univers de consentement immédiat éminemment pratique. L'attention portée par les acteurs dans le cours de leur action s'opère ainsi dans une sphère de pertinence immédiate en quelque sorte « à portée de main » et sur laquelle ils peuvent intervenir par la parole et l'action. Et c'est justement dans cette « portion » du monde de la relevance première que se déploie l'essentiel de leur agir.

Une visibilité médiatisée est une relation entre une portion du monde perçue par un médiateur, objectivée dans les supports (textes, sons, images fixes ou mouvantes), a et expérimentée par un sujet à partir de son regard propre, inscrit dans son univers moral-pratique. » (Voirol, 2005)

2. L'intérêt de la visibilité :

L'intérêt de la visibilité de l'information est lié intégralement a la rapidité et la propagation de l'usage des technologies de l'information et de communication, certes, ça a existé longtemps avant l'intégration de ces derniers, des recherches ont historiquement été basées sur la visibilité comme étant un élément de base à utiliser entant que contrôle sociale et développer la coordination individuel et organisationnel. La visibilité

d'information est liée au concerne de la communication classique et interdisciplinaires tout comme l'intérêt de la société contemporaine incluant la confidentialité, surveillance, transparence, démocratie, sécurité et efficacité. (Harrison & Berkelaar, 2017)

3. Visibilité organisationnelle :

Être visible signifierait exister, que ce soit pour les adolescents et les jeunes diplômés, les femmes et les hommes politiques, les institutions et les entreprises, les produits et les marques. Richard Sennett évoquait, dès les années 1970, l'émergence de l'individu narcissique en quête d'un reflet de soi (Sennett, 1979). Cette exigence de visibilité s'est accrue à partir des années 1990. Elle s'appuie sur des dispositifs numériques (réseaux sociaux, blogs, sites institutionnels, etc.) dont l'expansion répondrait aux attentes des individus et des organisations en termes de développement du lien social et des scènes publiques. Une illustration en est donnée par certains bloggeurs pour qui « au-delà du paraître, c'est bien une question d'être » (Jaureguiberry, 2011)

Pour les entreprises, la montée en puissance de leur visibilité est devenue un élément vital. Dans la société contemporaine, celle du jugement, les entreprises vivent sous le regard omniprésent des médias et de l'opinion publique. Elles se mettent en scène en prenant appui sur des mécanismes de mieux en mieux rodés (marketing, publicité, évènementiel, sponsoring, mécénat, *storytelling*). Elles produisent des récits, déclinent leur stratégie sur des supports diversifiés (journaux d'entreprise, sites institutionnels, Intranet, forums de discussion) en espérant toucher un public de plus en plus nombreux, satisfaire les clients et plaire aux actionnaires

Ne confondons donc pas cette reconnaissance humaine se manifestant par la gratitude, l'indulgence mesurée et le respect de l'intime avec une quête de reconnaissance publique qui répond à une logique utilitaire. Ainsi, s'afficher, être visible et reconnu sur les réseaux sociaux professionnels (de type *Linkedin*) permet d'accroître son réseau professionnel, d'obtenir des recommandations, de trouver un travail. Mais à nouveau, comment jongler avec les dispositifs numériques pour se montrer sans trop se dévoiler (D'almeida, 2007)

3.1. Une visibilité renforcée par les TIC :

La visibilité des individus et des collectifs de travail s'appuie de plus en plus aujourd'hui sur des dispositifs numériques. Dans le cadre professionnel ceux-ci se

présentent sur des supports divers : courrier électronique, blogs, Intranet, réseaux sociaux d'entreprise, web 2.0, *twitts*, forums d'expression, etc. Leur usage pose plusieurs séries de questions : celles tout d'abord du contrôle social (le panoptique conçu par Bentham en 1787 et vulgarisée par Foucault, 1975), de la distinction (Bourdieu, 1979), de la mise en scène et la théâtralisation (Goffman, 1959), de la place de l'intime (Berrebi-Hoffmann, 2010)

Les supports numériques évoluent sans cesse et s'ajoutent aux dispositifs préexistants : journal d'entreprise numérique, Intranet, chat avec le PDG, forums métiers, réseau social interne, tableaux de bord informatisés, etc. Ils constituent autant de traces qui gratifient le présent de l'entreprise que d'empreintes qui peuvent léser l'individu. Cette surabondance de données et de traces nécessite aussi des moments d'amnésie. Pour poursuivre sa vie ou pour la changer, pour innover ou pour inventer, on a besoin d'oublier. Les supports numériques cependant se souviennent de tout. (Tisseron, 2011)

Les analyses proposées dans ce dossier concernent toutes, de près ou de loin, l'usage social des TIC (courrier électronique, ordinateur de bord, GPS, téléphone mobile, dossier numérique patient, portables, *Blackberry*), dont les auteurs étudient le déploiement et l'utilisation dans le cadre professionnel. À travers ces cas et au-delà des dispositifs numériques, leurs observations portent sans conteste sur les individus : cadres hospitaliers, employés des archives, commerciaux, consultants, managers, dirigeants d'entreprise, conducteurs routiers. Ce qui se dégage des contributions est un intérêt permanent à l'individu au travail, à sa place dans l'organisation, à ses interactions dans le collectif du travail.

3.2. La temporalité à l'aire de visibilité :

Nicole d'Almeida montre que la temporalité des organisations est une temporalité éclatée et rétrécie, marquée par une discontinuité et une accélération croissante (d'Almeida, 2001). Si le passé semble avoir de moins en moins de valeur en entreprise, le futur s'annonce toujours incertain. Le rapport au temps a radicalement changé, celui-ci étant conjointement le produit de l'instantanéité des échanges via les dispositifs numériques et d'une organisation de travail à la recherche du profit immédiat. Profit que l'individu paye au prix fort : stress, souffrance au travail, suicide (Dejours, Bègue, 2009). Instantanéité, immédiateté, simultanété et visibilité sont des maîtres-mots qui dictent le quotidien des entreprises, des équipes de travail et des salariés (Aubert, 2003)

3.3. Les TIC et la visibilité dans l'activité managériale :

Les formes écrites de communication au travail seraient en augmentation depuis une vingtaine d'années (Moatty et Rouard, 2012), notamment du fait de la généralisation du management de projet faisant naître un besoin central de coopération et de collaboration (Breduilleard, 2013). Nos analyses mettent en évidence que la mise en visibilité de la communication permet aux cadres d'asseoir leur rôle d'encadrement et leur position hiérarchique. Le mail, par le caractère traçable qu'il engage et sa fonctionnalité de « mise en copie », représente le dispositif le plus utilisé à ces fins. Pascal, cadre supérieur dans le secteur des SSII, nous explique la nécessité de rendre visible sa position hiérarchique dans des situations de communication critiques : « Là, il y a plusieurs personnes dans la boucle, donc on est obligé de réagir et d'en rajouter un petit peu [pour souligner l'importance]. (...) D'une attaque impertinente, vous vous sentez obligé, à un moment donné, de pratiquer une sorte de surenchère » (Pascal, cadre supérieur).

Pendant les congés, les cadres utilisent stratégiquement la visibilité permise par les dispositifs numériques, d'une part pour soutenir leur équipe, et d'autre part pour affirmer leur responsabilité et leur utilité. Émilie, cadre intermédiaire dans le secteur des finances, nous explique : « avec mes managers, s'ils ont besoin, s'ils ont un souci, (...) il ne faut pas hésiter quoi. Parce que j'ai des jeunes managers donc il faut vraiment être là en support ». Si certains usent de la technologie *pull* pour contrôler l'activité à distance (être là sans être visible), d'autres, protégés par la confiance en leurs subordonnés, optent pour une simple joignabilité (usage exclusif de la technologie *push*). Ainsi, Michel, cadre supérieur dans le secteur du recyclage, nous explique son choix de connexion volontaire avec le travail pendant les congés : « C'est important parce que ça permet de garder un œil sur ce qu'il se passe, et d'être présent auprès de mes équipes ». De son côté, Quentin, cadre supérieur dans le secteur ferroviaire, témoigne de la confiance qu'il accorde à ses subordonnés : « Ils sont en responsabilité et ce qu'ils feront ce sera bien. Je serai entièrement d'accord avec eux, c'est-à-dire qu'ils l'auront fait à un instant T, en fonction de la connaissance de la situation (...). Mais s'ils avaient besoin de m'appeler, ils pourraient m'appeler ».

4. La visibilité de l'humanitaire à travers les réseaux sociaux :

(Andonova & Vacher, 2013)

Ce n'est pas un choix, l'humanitaire est connecté. L'une des premières questions posées par une personne déplacée qui arrive dans un lieu où il se sent en sécurité est la possibilité de charger son téléphone et l'accès au wifi. La question qui se pose est : comment garantir l'efficacité de notre action auprès des personnes affectées, tout les protégeant. Comment maintenir une présence et une disponibilité auprès des bénéficiaires ? Comment informer des personnes déplacées qui cherchent des informations fiables pour organiser leurs déplacements ou avoir accès à des soins dans un pays qui n'est pas le leur ? Est-il possible d'aborder des questions sur la sécurité des personnes, ou les menaces auxquelles ils font face sur un réseau social, comme Facebook ou Twitter ?

Dans le monde actuel, la connectivité est une forme d'assistance car elle permet de trouver des informations indispensables à la survie dans de nombreux contextes. De fait, les médias sociaux sont devenus un élément moteur de l'autonomie et de la résilience des populations affectées par les crises ou les violences. Du côté des humanitaires, l'analyse des médias sociaux fait partie des outils qui nous permettent une meilleure compréhension des besoins et des enjeux dans un contexte donné.

La pandémie du Covid-19 a donné un coup d'accélérateur avec les restrictions imposées aux déplacements et limitant le contact et le dialogue direct avec les personnes affectées. La pandémie a eu un effet dévastateur sur des systèmes de santé ou des services essentiels fragilisés par la violence ou les conflits. Afin d'y répondre, l'humanitaire a accéléré sa transformation technologique afin de répondre aux besoins croissants.

4.1. les risques de l'utilisation de tels outils : (Andonova & Vacher, 2013)

Cette rapide intégration des nouvelles technologies et des réseaux sociaux pose clairement la question des risques. En matière de technologie, nous connaissons les pièges des médias sociaux, et leurs influences jusqu'au processus démocratique comme l'a illustré l'affaire [Cambridge Analytica](#). Dans le domaine humanitaire, les risques sont largement amplifiés. Les personnes affectées peuvent être issues de groupes persécutés dans leur pays

ou leur région, ils vivent dans des conditions précaires dans des environnements de conflit et de violence.

Lorsque les personnes affectées consultent les messages publics ou privés que les organisations humanitaires publient, elles partagent de nombreuses données personnelles consciemment comme en publiant une photo, ou inconsciemment, en laissant une trace digitale de leur activité. Au-delà des risques d'utilisation commerciale par les plateformes, existe le risque que les gouvernements qui y ont légalement accès peuvent facilement localiser les membres d'un groupe soumis à des persécutions ou les membres de l'opposition et leurs familles. Dans d'autres scénarios, les autorités accèdent aux données à des fins de contrôle de l'immigration. Il existe également des risques d'accès aux données par des moyens illégaux par des groupes armés etc.

L'accès aux données personnelles peut rapidement devenir une question de vie ou de mort dans les contextes de conflits armés, et conduire à des actes de persécution, d'intimidation ou discrimination.

Par ailleurs, l'usage des réseaux sociaux peut changer la relation de confiance avec les bénéficiaires. Cette confiance est le socle de l'action du CICR comme de son dialogue avec les autorités et groupes armés. Elle repose sur les principes d'impartialité, d'indépendance et de neutralité qui guident l'institution. Or, l'utilisation des médias sociaux complique cette relation de confiance car ces plateformes commerciales ne sont régies ni par des principes humanitaires, ni protégées par un mandat légal pour résister aux pressions des gouvernements ou groupes hostiles.

Cadre pratique

Chapitre 05

Présentation des données

1. Présentation de l'organisme d'accueil :

(Document transmis par Monsieur GHEMMARI ABDELMALEK, chargé de communication)

L'association de croissant rouge algérien (CRA) :

« Le croissant rouge Algérien constitué en association légale possédant la personnalité juridique, sur la base des conventions de Genève auxquelles l'Algérie est partie et des principes formulés par les conférences internationales de la Croix-Rouge, est officiellement reconnu comme société de secours volontaire, autonome auxiliaire des pouvoirs publics ». (décret n° 62-524 du 06 septembre 1962 pour la reconnaissance d'une société nationale de croissant Rouge Algérien, , 1962)

Le Croissant-Rouge Algérien est partie intégrante du mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, il agit en respectant les principes fondamentaux, les conventions du mouvement ; ainsi que les statuts et le règlement intérieur.

Le Croissant-Rouge algérien est une association d'aide humanitaire algérienne. C'est la première organisation humanitaire en Algérie, regroupe des milliers de bénévoles et volontaires qui sont au service des plus démunis disposant tout au long de l'année, dans les villes et les villages, leur aide, leur assistance et leur humanisme. (Croissant Rouge, 2003)

1. Historique :

Le mouvement international des conflits armés la croix rouge et le croissant rouge est le plus grand réseau humanitaire au monde. Sa mission est d'alléger les souffrances humaines, de protéger la vie et la santé et de faire respecter la dignité humaine, particulièrement dans les conflits armés et d'autres situations d'urgence. Le mouvement, qui est présent dans tous les pays, est soutenu par des millions de volontaires.

Le mouvement n'est pas constitué d'une seule organisation : ils comprennent le comité international de la croix rouge (CICR), la fédération internationale des sociétés de la croix rouge et du croissant rouge et les 189 sociétés nationales. Chacune de ces composantes a sa propre identité juridique et son propre rôle, mais elles sont toutes unies par sept principes fondamentaux, humanité, impartialité, neutralité, indépendance, volontariat, unité, universalité.

La société nationale de Croissant Rouge Algérien est la plus ancienne organisation humanitaire d'Algérie. Elle a été fondée à Tanger en 1956, au plus fort de la lutte pour l'indépendance, et a été reconnue par décret du 6 Septembre 1962 comme auxiliaire des pouvoirs publics.

2. Le comité de wilaya de Bejaia :

Le comité de wilaya est élu par l'assemblée générale des membres des bureaux exécutifs des comités locaux, son mandat est de quatre (04) ans, sa composition est de 7 à 11 membres, le président est celui qui obtient le plus grand nombre de voix ou par consensus, le bureau de wilaya une fois élu, « il doit :

- Diriger l'ensemble des activités du CRA au niveau de la wilaya.
- Prendre toutes les dispositions nécessaires de nature à concrétiser l'ensemble des objectifs définis par les structures nationales du CRA.
- Contrôler la gestion des ressources du CRA à l'échelon de la wilaya.
- Valider les bilans financiers des comités communaux afin d'établir un bilan consolidé du comité de wilaya à transmettre au siège national.
- Motiver les activités des structures locales et de sauvegarder les biens matériels et immeubles du CRA.
- Procéder à la création des comités communaux.
- Présider les élections des comités communaux et animer les assemblées de ces structures.
- Dresser un bilan annuel des dons et legs obtenus par le CRA à l'échelon local.
- Arrêter le rapport annuel des activités du CRA à l'échelon de la wilaya.
- Tenir à jour le registre d'adhésion coté et paraphé par le président du comité de wilaya

3. Situation géographique :

Le Croissant-Rouge Algérien comité de wilaya de Bejaia est situé dans la wilaya de Bejaia qui est située au nord du pays, dans la région de la Kabylie sur sa cote méditerranéenne. Elle est délimitée de l'ouest par les wilayas de Tizi-Ouzou et Bouira , au Sud par les wilayas de Bouira et Bordj-Bou- Arreridj, à l'Est par les wilayas de Tizi-Ouzou et Bouira, au Sud par la mer Méditerranée, Elle est divisée administrativement en 52 et 19 Daïras, le siège de comité de wilaya est dans la commune de Bejaia, commune à 180 Km à l'Est d'Alger.

4. Ses objectifs :

Le Croissant rouge algérien a pour objet général de prévenir, d'alléger les souffrances humaines et d'intervenir partout où le besoin de se fait ressentir, là où il convient de protéger la vie et la santé des citoyens, là où elle doit être entretenue l'esprit de solidarité et de compréhension, en toute impartialité et sans discrimination de nationalité, de race, de sexe, de religion ou d'opinion politique.

5. Ses missions :

Le Croissant-Rouge algérien a pour missions :

- De collecter l'aide humanitaire et d'acheminer les dons en faveur des réfugiés et des personnes déplacées sur le territoire algérien ;
- D'exercer ses droits et assumer les obligations qui découlent de l'appartenance au mouvement de la Croix-Rouge et du Croissant- Rouge ;
- De participer à la solidarité qui unit les membres de ce mouvement international et entretenir des relations suivies avec ses différentes composantes ;
- De participer, dans la mesure des moyens disponibles, aux actions humanitaires de ce mouvement international.

6. Les domaines d'action du Croissant-Rouge algérien :

A. Secours et secourisme :

- La formation en premier secourisme.
- Le secours à personnes.
- Les couvertures sanitaires des différents événements sportifs et autres.

B. Actions sociale :

-Aide sociale en tout genre (kits alimentaires, vêtements, ustensiles, laiteries...)

-RLF rétablissement des liens familiaux (recherche de disparu, visite de prisons...)

C. Santé :

- Prise en charge médicale pour les nécessiteux (ordonnances, imagerie médicale, opérations...)
- Pharmacie gratuite

- Don de médicaments et consommables aux établissements de santé, organisme et associations.

-transport de malades gratuit.

Gestion des catastrophes naturelles :

- Réponses aux catastrophes naturelles et technologiques.
- Gestion logistique, interventions et secours, gestion médicale

2. Présentation des données de la recherche :

2.1. Présentation de l'échantillon de la recherche :

Notre échantillon qui été attentivement choisis, en usant l'échantillonnage ciblé ou raisonné, il se compose également de certains membres du CRA qui sont intégrés dans l'usage des technologies de l'information et de communication, en majorité, des individus des générations récentes ou ceux qui ont pu fréquenté les technologies de l'information et de communication, le tableau qui suit englobe les différentes caractéristiques et éléments de notre échantillon, accompagné par les données personnelles de chacun d'entre eux qui est défini par notre premier axe de l'entretien .

Nos enquêtés ont été interrogé sur différentes reprises, dates et heures, qui s'est déroulé dans une durée de 20 à 40 minutes au milieu de l'organisation dans leurs postes de travail pour les 4 premiers enquêtés et les autres 2 été au milieu d'une activité organisée au sein de la résidence de 1000 lits.

Nos données sont indiquées selon le poste et expérience de chacun des individus mentionnés, la variation des informations est liée à l'occupation de chacun d'entre eux défini en hors de leurs postes au CRA de Bejaia.

Tableau N°04 : La répartition des enquêtés selon le sexe :

Sexe	Effectif	Taux
Masculin	3	50%
Féminin	3	50%
Total	6	100%

Source : enquête du terrain.

Ce tableau nous indique la population de notre échantillon d'étude illustré par six (06) enquêté, trois (03) éléments de sexe féminin et (03) trois éléments du sexe masculin, nous remarquons bel et bien une égalité entre les deux sexes signifiant que cet organisme n'engage pas un genre particulier sur l'autre et est ouvert à admettre des participants compétents.

Tableau N°05 : La répartition des enquêtées selon la catégorie d'âge :

Catégorie d'âge	Effectif	Taux
[25-30 a, ns]	4	66.66%
[30-35 ans]	1	16.67%
[35-40 ans]	1	16.67%
Total	6	100%

Source : enquête du terrain.

D'après le tableau précédent nous constatons intégralement la prédominance de la catégorie d'âge entre [25-30 ans] suivis par l'égalité des catégories [30-35 ans] et [35-40 ans], d'après le témoignage du chargé de communication de l'organisation de CRA Mr GHEMMARI ABDELMALEK l'admission de la catégorie jeune est apparu récemment ou dans les dernières périodes, ou avant la dominance d'âge a été aux plus âgés.

Tableau N°06 : La répartition des enquêtés selon la fonction occupée au sein de l'organisation :

Fonction	Effectif	Taux
Président	1	16.67%
Chargé de communication	1	16.67%
Secrétaire	1	16.67%
Membre du bureau	1	16.67%
Adhérent	2	33.33%
Totale	6	100%

Source : enquête du terrain.

Le tableau en haut représente les différentes fonctions ou statuts de chaque individu de notre échantillon au milieu de l'organisation de CRA de Bejaia, de suite à notre enquête qui dicte deux (02) comme étant des individus qui occupent la position qu'adhérent suivis par un nombre égale de 1 individu pour chaque fonction restante : président, chargé de communication, secrétaire, membre du bureau.

Nos enquêtés ne sont pas majorés d'une manière ou une autre en communication, d'ailleurs le choix de nos personnels interrogés était dirigé par la brève connaissance, fréquentation technologies de l'informations et de communication que ça soit au milieu professionnel ou bien dans les différentes taches basiques quotidienne.

Tableau N°07 : domaine d'expérience professionnelle des enquêtés :

Expérience	Effectif	Taux
1 an	2	33,33%
[2 ans à 5 ans]	2	33,33%
[10 ans 15 ans]	2	33,33%
Totale	6	100%

Source : enquête du terrain.

Comme illustre ce tableau, nous constatons un équilibre entre les niveaux d'expérience des enquêtés dans le Croissant rouge de la wilaya de Bejaia, deux (02) enquêtés qui ont une expérience de 1ans et deux (02) autres enquêtés ont de [2ans à 5ans] d'expériences dans l'organisation, et les deux (02) autres enquêtés, considérés les plus expérimentés qui ont de [10 à 15] ans d'expérience dans l'organisation.

On peut remarquer que la majorité des individus interrogés ont une certaine expérience dans l'organisation CRA dans les rubriques de [2 à 5 ans] et [10 ans à 15 ans], qui représente quatre sur six enquêtées, cela sera un déterminant influant sur les résultats de notre étude sur l'aspect de l'ancienneté et développement de notre sujet de recherche vis-à-vis de l'expérience ténue.

Chapitre 06
Présentation des résultats

3. Analyse et interprétation de données :

D'après notre approche acquise qui est l'approche qualitative, nous avons bel et bien porté avec considération que la récolte de données est au bénéfice à accroître les caractéristiques d'une telle approche, nous avons alors mis en place ce qui est priori d'après cette approche qualitative : c'est la recherche qui produit et analyse des données descriptives telles que les paroles écrites et le comportement observatoire des personnes (Taylor et Bodgan, 1984).

C'est d'ici alors que nous avons entamé de recréer les mêmes caractéristiques des données de cette approche sur terrain ; ou nous avons réalisé notre enquête avec les individus concernés afin de déterminer nos attentes, débutant par regrouper les données ou bien les réponses que nos individus aient comme réponse à notre entretien que nous avons mis en place avant d'émerger à l'interrogation.

Nous avons après mis en place les réponses et les informations données afin d'extraire les éléments disposés à déployer notre étude et souligner les indicateurs selon les deux variables que nous avons saisie dans notre thème dorénavant, l'insertion de ces derniers nous a permis de répartir nos réponses à partir de différents prospects indiqué par nos enquêtées ; suite à ce que nous avons déjà mentionné ,la variation des opinions et des visions puisque notre terrain fait admissions a toutes profession et a toute catégorie d'âge comme volontaires , ce que nous voulions c'est que cet élément nous a servi à enrichir et à saisir en considération les informations en différents formats et définitions.

Et pour mieux adapter notre analyse et interprétation des données, nos intérêts ont été dirigé vers la définition de la notion de visibilité des activités humaines de la part de notre population, et leurs moyens de saisie des différentes technologies de l'information et de communication afin de générer ces dernières ; toute en laissant autant d'espace pour eux à s'exprimer sur le sujet.

Axe 01 : l'usage des TIC dans l'organisation :

Si il existe une chose dont les membres interrogés sont d'accord avec , c'est le fait que les technologies de l'information et de communication est intégralement obligatoire à l'usage dans cet organisme , les membres de CRA ont toutes affirmé l'obligation de l'usage de ces outils, clairement oui , car on ne peut joindre la modernité sans améliorer nos outils à user dans l'information et apparaitre avec les nouveaux temps , de suite, au degré d'usage

se varie chez chaque personnels en ce qui sont des membres cadres , chez les trois qui seront le président Mr CHAOUAT SLIMANE , chargé de communication Mr GHEMMARI ABDELMALEK, et Melle BENKHETACHE Célia, secrétaire , qui nous ont dénoncé après que ces derniers sont de sens obligatoire dans la communication dans l'échelle structurelle et ne peuvent être remplacé par des moyens traditionnels de nos jours.

Il est aussi important de porter à votre connaissance que l'outil le plus fréquenté dans notre terrain est le téléphone portable du à ce que nos enquêtés ont assumé être efficace et transportable, que ça soit en interne de l'organisme comme les réunions et les regroupements sur les décisions les différentes activités à programmer. Les personnels de cet organisme sont des cadres existants et occupants des postes en dehors de cette organisation, et certains sont sans emploi, donc TIC sont à paramètre un lien de connexion entre ces derniers, donc la saisie des différentes tâches de l'entreprise est ultérieurement planifiée et dites présenté à partir des différents outils de cet organisme.

Et ainsi que les TIC sont usés à l'interne de cet organisme, plus spécifiquement les réseaux sociaux dont : WhatsApp et courrier électronique qui sont les outils les plus usées dans cet organisme comme file de connexion entre les individus et personnels de différentes occupations et de divers directions communicationnelle: ascendantes, descendante et horizontale ; entre les personnels afin de réunir et mettre au point des décisions à incliner afin d'organiser et assembler les idées en revanche d'établir leurs activités au terrain et de les documenter en matière numérique afin de diffuser ultérieurement et mettre l'accent sur leurs attentes.

L'organisation du CRA de Bejaia également une organisation non gouvernementale à but lucratif, ce qui signifie selon la définition des personnels de ce dernier: est une organisation qui procède son travail grâce aux dons et au bénévolat, son mouvement associatif est littéralement dédié à être affiché au publique pour être à position d'apporter le soutien aux gens et même être à position de rapporter le soutien que les gens peuvent offrir aux autres.

Les témoignages de nos enquêtés et en particulier, ceux qui ont été le plus présent dans le lieu, ont rassuré que ce terrain a été soumis à un changement radicale après avoir été introduit aux TIC, les derniers dirigeants et cadres associé ont été des personnes acclimatés aux outils traditionnels, tout comme l'affichage et les moyes alliés aux papiers , mais

récemment, et après avoir remplacé les membres du lieu avec des membres plus associés avec les TIC, ou bien au moins, aient une certaine connaissance sur son usage, l'organisme et son nom a d'une manière ou une autre élargis son champs de reconnaissance pas seulement comme un pilier de soutien au gens , mais aussi comme une source dont on peut offrir l'aide.

Les limites des TIC, selon notre enquête n'est pas si loin des problèmes techniques qui peuvent apparaitre dans les procédures d'une communication en ligne, que ça soit un manque de réseau ou bien de connexion ; une de nos enquêtées qui travaille dans le secteur pharmacie Melle MEZIANI CAMELIA nous a mentionné que le problème peut des fois être associé aux gens qui ne peuvent pas fournir à avoir ces moyens ou outils de communication ce qui limite la communication des personnels avec les parties prenantes.

Un autre cas mentionné par un adhérent désigne que les cas de mort ne peuvent être diffusé ou mentionné en ligne de certaines façons tels que le transport d'un mort par ambulance.

La difficulté que nous avons aussi souvent reçue est liée au paramètre de génération dans cet organisme, signifiant que certains personnages âgés peuvent refuser l'usage des TIC comme intermédiaire à leurs tâches ou même peuvent être distant ou ne peuvent être à la place d'être orienté à user ces derniers.

Axe 02 : la visibilité des actions humanitaires:

Dans notre deuxième axe, les questions posées au fil de nos entretiens ; incluant toujours la variété des réponses, et le sens de « visibilité » chez nos enquêtées qui se précise dans chacun de leurs différents avis selon leurs différentes visions et dimensions.

Selon les témoignages de nos enquêtés, la visibilité des activités que l'organisation du CRA diffuse, est liée certainement à la totalité de reconnaissance dont elle reçoit de la part du public, ce qui est enfin, ce qui a déterminé leurs avis vis-à-vis cette dernière ; au prés de ce que nous avons mentionné, la visibilité de ces activités n'as pas énormément augmenté mais a eu un changement dans le têt de reconnaissance, qui est donc signe que le processus de mise en visibilité a pu percevoir une certaine rentabilité dans ce sens, quelques individus n'admettent pas ce fait, dont nous avons eu quelques avis qui rabaisaient cette fréquence, par la raison du besoin de plus de rentabilité que prévu.

Le partage des informations et des publications en ligne, et l'accès à la page Facebook de l'organisation, qui est la page du réseau qui est le plus adapté et utilisé, et les passages à la radio sont les éléments les plus susceptibles à être au service de booster la visibilité de ses postes, activités ou appels, on nous a mentionné que le plus efficace sur le plan local ou plus précisément à Bejaia, serait la radio locale suite à son audience qui englobe une totalité de population de certaines générations précises, dans ce cas dans l'autre détour de modernité, le pilier qui leurs connectent est la page Facebook adhérente par le chargé de communication qui prends en charge les diffusions qui doivent être mises en place.

Autrement dit, ce qui peut paraître comme élément influant à la captivité de cette visibilité du sens restrictive, serait l'algorithme de ce réseau qui, mis à disposition, peut diminuer l'apparition de ces postes à un certain terme où ça crée un détour diminuant son apparence à la cible, tout comme si maîtrisé, peut être utilisé à bénéficier l'amélioration et incite à la promotion de visibilité mais avec des limites prescrits par la politique du réseau Facebook, par ailleurs, la ponctualité des diffusions selon les occasions et même selon le temps de la journée, est en fait saisissante au taux d'apparence de ces informations, ce qui est partiellement pris en considération de la part de l'organisation.

La communication et diffusion spontanée est la roue désignée par le CRA afin de procéder leurs transmissions d'informations, en accord avec le contenu diffusé au fil de ceci, les personnels de l'organisation sont soumis à partager les publications afin d'étendre le taux de visibilité, la transparence dans les publications est un extrait qui est obligatoire afin de stimuler la fidélisation chez l'audience du croissant rouge, une visibilité qui leurs apporte du soutien, par aspect de leurs mission, et une visibilité qui démontre que la confidentialité des personnes adhérents à porter le soutien n'est pas pris vaguement, autrement dit elle est en fait le courant qui permet la continuation de cette organisation, d'après les paroles des individus de cet organisme qui désigne que celui-ci est en cours d'avancer grâce aux dons fournis.

Axe 3 : l'intégration des TIC dans la mise en visibilité des actions humanitaires

Les TIC sont récemment devenu un pilier de révolution pour le monde entier, dans n'importe quel milieu évoqué, son effet dont la faisabilité est simple et son efficacité qui est instantane, a bel et bien permis d'adhérer à une plus large audience et une plus large reconnaissance d'après les populations, c'est ainsi qu'elles sont présente dans notre terrain élu ; nous avons précipité à confirmer que les technologies de l'information et de communications sont en effet, des outils qui rassure et même de plus, la visibilité de l'information diffusée auprès du publique, et cela est renforcé par les réponses deS adhérents,.

Ce qui pourrait aider à renforcer de plus, ou bien à étendre une visibilité à travers les technologies de l'information et de communication est la persistance et la mise en place d'une stratégie qui serait à favori de maintenir l'atteinte du public, dont aussi nous inciteront à une maitrise des TIC ou des réseaux sociaux.

Les personnels du croissant rouge de Bejaia ont indiqué que les diffusions instantanées des actions ou activités déroulées booste l'interaction du publique en retour du fait incliné, par ailleurs le partage des informations et des publications en lignes peut adhérer en plus à cet objectif, du côté de l'audiovisuel et plus précisément la radio Soummam, ou bien la radio locale de Bejaia ou certains individus de CRA passe afin d'exprimer leurs attentes, ou ces derniers ont déclaré avoir eu des réponses et même du soutien apporté par l'audience de la radio, ce qui indique que le message a été transmis pour de bon et mis à disposition à être visible au près des autres.

Après avoir inclus les TIC dans cet organisme, les tâches et les travaux subtils sont désormais résolus à un fragment de temps, et les cas d'urgences sont devenus plus agréable à saisir et à soutenir, des avantages apportés par les TIC qui, certainement, a incliné un changement dans ce terrain, mais n'est surtout pas assez intégré et est toujours au cours d'implication.

le CRA nous a informé les préparations d'ouverture d'un secteur de communication afin de mieux convertir cet organisme a l'heur actuel en adoptant les plus de TIC, autant que ça améliorera sa communication et information au près du publique et populations tendues, nous ne pouvons s'y mettre qu'à suggérer a l'usages des nouveaux réseaux qui

adaptent plus de précision et liaisons avec l'avancement et progrès de cette génération, tel que le réseau : Tiktok, qui a prouvé sa compétence adapté à une visibilité tenue qu'à celle d'autres réseaux et même le Facebook qui est le réseau confié par cet organisme, ce que nous pouvons dicter être un moyen plus accessible a une visibilité plus instante et large, plus a la possibilité de sponsor des publications en ligne qui pourront surement mettre à dispositions ces dernière en plus de fréquence que précédent et tenir à saisir une meilleure connaissance du CRA de Bejaia .

4. Discussions des résultats :

Au cours de notre démarche et approches que nous avons entretenues dans ce travail, nous avons conçus de rapporter nos résultats après avoir saisie la majorité de travail sur terrain et le reste est à saisir dans cet écrit ; et avons convertis nos hypothèses à être adéquates avec le terrain et population d'étude acquise par rapport à notre approche qualitative suivie qui indique à des résultats et informations descriptives et surtout aillant un taux de valeur acquiesçant, avec l'approche Marketing qui indique notre dimension et vision dont on a dédié notre étude, en allant dans la même direction avec, nous avons tenues à revoir nos hypothèse désignées afin de les impliquer a la réalité de l'organisation du CRA et le cas que nous avons étudié dans le cadre de notre thématique.

Notre première hypothèse que nous avons précédemment rédigée est:

- **Les TIC utilisés par l'organisme mettent en évidence la visibilité par l'accélération de la mission de transmission de message et la mise à jour à des informations.**

Nous avons déjà revu cela dans notre analyse de données ou nous avons bel et bien indiqué que ces derniers ont été récemment introduit au CRA de Bejaia, ces outils technologiques ont apparu sur terrain comme élément de transmission plus adhérent, engageant et participant a plus d'adaptation au développement et à la pertinence du processus d'information et de communication, cela a été confirmé après nos procédures dans cette étude, notre entretien et l'observation menée a généré à dévoiler que les TIC sont très bien des outils qui ont plaidé a plus d'accélération et de précision dans le travail et n'importe quelle tâche aperçue par l'organisation.

Les individus du CRA implique à une plus large utilisation de ces outils afin d'accéder a plus de précision dans leurs démarches d'information suite au remplacement issu des outils traditionnels et manuels : l'affichage, presse..., revenant au noyau de l'hypothèse perçue, l'idée qu'elle dénonce est largement attenante à la réalité ce qui fait d'elle confirmée.

Dans notre période de stage et au fil de notre recherche empirique notre interprétation de l'usage et la sélection des TIC a été relié au changement et développement des temps actuels, ou la rapidité est devenu la nouvelle norme de tous les secteurs de travaux aperçus, ces derniers ont permis à une interaction plus instante et même a mis en place la possibilité de participer dans les différents mouvements adaptés par l'organisation, ce qui génère une rentabilité plus active qu'avant, et cela est certes un facteur essentiel qui nous a acharné à élaborer cette hypothèse dès le début.

➤ **L'usage réelle de la visibilité des activités du croissant rouge change le comportement du public envers la notion de d'aide humain.**

On nous a mentionné au fil de notre étude, la croissance du comportement envers l'organisation du CRA de Bejaia, cet organisme été aperçue par la population externe comme étant une organisation gouvernementale financé par le gouvernement lui-même, ce qui n'est surtout pas le cas, l'organisation du CRA est fondu à être soumis a priori par le peuple, c'est donc le peuple qui est tendu à soutenir le peuple à partir cet organisme, mais l'idée perçue n'est pas au service du contexte révélé par ce dernier, en alterne ,et suite aux TIC, cet image et projection connue est graduellement changé ce qui a donné plus de champs de réflexion et réactivité par le public, aillant plus d'interactivité qu'avant, ce qui insigne que la visibilité est au cours de céder un changement visible sur terrain, et incitant sur notre hypothèse cela désigne que l'idée apprise est confirmé à être réelle due au résultats des données certifié par nos outils de recherche.

Ceci aussi est entrainé par d'autres influences que cet organisme a saisi en ligne, nous avons été informé par le chargé de communications que plusieurs entreprises commerciales connues, dont est CEVITAL qui suit déjà la page Facebook de l'organisation de CRA, se sont renseigné à offrir du soutien pendant et même après les occasions et dernièrement a été « Qoffat Ramadan» qui était sponsorisé par cette dernière entreprise, ce qui sollicite une meilleur image prévu vis-à-vis la visibilité entrainée par ceci, et puis c'est un des

indicateurs majeurs que les TIC ont participé d'une grande part à revenir en plus de réactivité même de la part des autres entreprises.

C'est après ceci que nous passons à éclairer notre point qui est que la diffusion des activités à travers les TIC en générale et plus fréquemment le réseau Facebook du CRA, a certainement entraîné un changement du comportement envers cette dernière ou on aperçoit une différence définie au cours de l'usage de ces outils.

Notre troisième hypothèse est conclue comme ceci :

- **La valorisation des TIC est fortement liée à son accord à une meilleure atteinte du public.**

L'usage des TIC permet à l'organisation du CRA d'élargir et d'atteindre un public plus large et diversifié. La transmission des informations à partir des TIC tels que les médias et les réseaux sociaux, a entraîné à déployer une visibilité et a mené à la promotion de l'accessibilité à ses informations à partir ses outils ce qui met en place à une large audience ces diffusions, et implique à restaurer au mieux la disposition de ces informations à la portée du publique.

Le partage et diffusions des différentes action et activités humanitaire rapporte en retour une empathie et incite à l'encouragement du soutien humain de la part du publique, à côté de la transparence interprétée par ce geste, cela incite à la participation dans l'apport d'assistance à ceux qui l'ont besoin, ce qui contribuera à un engagement plus estimé de la part du publique et même du bénévolat et c'est le cas avec notre terrain d'étude, nous estimons aussi que les TIC permettent une communication bidirectionnelle ce qui a tenu la conception de la notion d'appartenance et de signification d'autrui, cela au fil de reconnaissance des actions aperçues grâce à ces outils ; du coup, cela déploie d'abord une maîtrise du sens de communication et d'usage de ces outils et même de négociation ce qui évoque d'avoir une certaine connaissance dans le domaine de communication et dans la spécialité elle-même, ce qui est le point absent dans notre lieu étudié.

En tenant compte ce qui précède, l'outil de communication en ligne ou bien dans notre cas la page Facebook possède son propre moyen d'atteinte le publique ce qui la qualifie du

plus au moins d'être à disposition a plus de précision dans le processus du ciblage, générant à une atteinte plus claire si sponsorisé ce qui n'est malheureusement pas le cas pour notre lieu, mais malgré, ça reste un moyen de plus exigeant au paramètre d'étude de notre marché de cible grâce à son algorithme qui pratique sa sélection de contenu a afficher dans les actualités de la population automatiquement à partir des recherches effectués, leurs contenu liké, et ce qui leurs met plus à l'aise et ce qui correspond aux préférences de la cible, ce qui indique une visibilité du contenu partagé a ceux que nous voulons précisément atteindre.

Cela n'est pas un paramètre que nous pouvons croiser en hors des media généré par internet, alors que dans d'autres médias comme la télévision et la radio la répartition des missions est accédée à la ponctualité de ces derniers, le passage à la radio et à la télévision est toujours un élément de plus qui est au service de transmettre le message voulu, ce qui est le cas pour notre entreprise étudié que nous avons déjà indiqué précédemment avoir eu des résultats instant surtout dans le niveau locale ; et à partir de ce que nous venons de mentionner, l'atteinte du publique est plus précise avec les TIC .

Pour finaliser notre réponse à cette hypothèse, on tient à mentionner que la visibilité et la reconnaissance du CRA est plus estimée qu'avant l'adaptation des TIC donc dans ce sens, la contribution de ces derniers dans l'élargissement du champ d'audience de cet organisme a aperçu une amélioration récente mais effective et même réussi à atterrir de nouvelles catégories dans le terrain, ce qui signifie intégralement que notre hypothèse est sur le bon point.

Conclusion générale

Les technologies de l'information et de la communication constituent un enjeu majeur de notre société, sont un formidable outil interactif qui permet de communiquer en temps réel, En cela les TIC offrent aux organisations de nouvelles opportunités d'évolution qui ont participé à l'amélioration du monde de travail, et fournissent un moyen de nous connecter aux autres et au monde extérieur, d'accéder à l'information et d'effectuer diverses tâches de manière plus efficace. Cependant les technologies de l'information et de la communication permettent aux organisations d'améliorer leurs secteurs de travaux, d'augmenter la productivité, minimiser les couts et d'entamée de nouvelle procédure en terme de communication et de partage la diversité d'informations entre les différents services, puisque ces moyens perfectionnent la transmission de contenues et activités entretenues, et puis les TIC assurent un plus grand rendement de travail dans l'initiation d'atteindre les objectifs communicationnels et de meilleure prise de décision que l'organisation peut souhaiter.

Tout au long de la réalisation de ce travail, nous avons effectué auprès de l'organisation humanitaire du Croissant-Rouge Algérien de la wilaya de Bejaia sur notre sujet :« l'usage des TIC dans la mise en visibilité des actions humanitaires », nous avons essayé de comprendre l'importance et l'apport des technologies de l'information et de la communication de cette dernière, aussi bien la façon avec laquelle ces moyens technologiques permettre l'importation d'aide humanitaire et de quelle manière rassure la visibilité des actions de l'organisation auprès de ses différents public à savoir : les donateurs, les bénévoles et les parties prenantes en particularité.

Au sein de l'organisation de CRA de la wilaya de Bejaia L'usage des technologies de l'information et de la communication est considéré comme un pilier dynamique dans la diffusion des informations afin d'instituer une visibilité aux activités humanitaires maintenues par l'organisation. Dans notre cadre d'étude et au cours des résultats obtenus dans notre terrain ; nous avons cerné les principaux usages des TIC dans ce lieu de recherche. Pareillement l'adoption de ces technologies par le Croissant-Rouge de Bejaia apporte un changement dirigé sur la bonne croissance dans la création d'un réseau de communication plus vif et puissant entre les différents membres du bureau et à l'effet de rendre visible ces activités en coté externe de l'entreprise et auprès de son publique. Nous avons constaté aussi que cet organisme se dirige vers la diffusion d'informations à travers les TIC destiné en tant qu'élément qui paraîtra adéquat: le réseau social Facebook dans laquelle toutes les activités humanitaire menées par cet organisme, sont toutes diffusées sur

la page officielle du réseau locale de l'organisation. Dans l'objectif d'inciter les gens à adhérer au CRA et de les sensibiliser sur les problèmes humanitaires pour obtenir également plus d'interactivité et d'encourager les dons de la part du public et à l'instar de promettre l'intelligibilité de ces actions.

En effet, nous pouvons dire que le Croissant-Rouge Algérien de la wilaya de Bejaia accorde une grande importance pour l'usage des technologies de l'information et de la communication, dans la communication et la transmission des informations. Afin de promouvoir la visibilité de leurs actions humanitaires. Pendant cette recherche, nous avons pu noter que malgré l'organisation pratique les moyens technologique pour percevoir certains interactivité d'après la diffusion de ces activités , il n'y est négligeable d'acquérir un manque d'atteinte du publique, ce qui résume que leurs activités sont pas assez visible auprès du public par égard de problème de la culture, car l'image du croissant rouge algérien est toujours vue d'une manière ainée, ainsi que l'organisation se focalise généralement sur la communication spontanée dans la diffusion de leurs activités humanitaires, cette dernière n'apporte pas une stratégie ou un plan communicationnelle pour le partage sur leurs page Facebook. D'autre part la page de l'organisation n'est pas sponsorisé, pour la raison de manque de moyens matériels et financières, car c'est une organisation non gouvernementale, elle est financière par les donateurs et non par le gouvernement et c'est ce qui à empêcher cet organisme d'atteindre une visibilité plus désirée.

Cependant, nous devons prendre en considération de reconnaître que l'adoption des TIC dans la visibilité des actions humaines n'est pas sans défis. Des considérations telles que la confidentialité des données, la sécurité de l'information et l'accès équitable aux technologies doivent être abordées de manière rigoureuse. De plus, une sensibilisation et une formation adéquates sont nécessaires pour garantir une utilisation efficace et responsable des TIC.

Pour finir, nous comportons à mettre en évidence, que le sujet que nous avons abordé, l'usage des technologies de l'information et de la communication, est un champ d'étude étendu, notamment avec le changement que ces technologies apportent pour promettre la visibilité des actions humanitaires, c'est pourquoi nous encouragerons tous étudiant intéressé par la spécialité de communication et relations publiques à approfondir dans ce

thème afin de saisir plus de modernité et plus d'actualité aux recherches dans notre spécialité et secteur d'étude.

Liste bibliographiques :

Liste des ouvrages méthodologiques :

- Angers, Maurice. (1996). *initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines*. Québec.
- Angers, Maurice. (1997). *initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines*. Université casbah d'alger.
- Angers, Maurice. (2014). *initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines* . Québec, Canada.
- Aktouf, O. (1999). *Méthodologie des sciences sociales et approches qualitatives des organisations : une introduction à la démarche* .
- Jean-Marie. (2015). *Méthodologie du recueil d'information*. Belgique
- Grawitz, Madeleine. (1996). *méthode des sciences sociales*. Paris: DALLOZ.
- Guider, M. (2004). *méthodologie de recherche*. Paris: ellipses.

Liste des ouvrages :

- Aubert. (2003). *le culte de l'urgence: la société malade du temps*. Paris: Flammarion.
- Aubert. (2010). *l'innovation et les technologies d'information et des communications*. HEC Montréal.
- Albarello, Luc. (2003). *apprendre à chercher de bock*. paris.
- Albarello, Luc. (2007). *Apprendre à chercher*. belgique.
- Berrebi, H. (2010). *politique de l'intime, des utopies sociales d'hier aux mondes du travail aujourd'hui*. Paris: la découverte.
- Blogey, N. V. (2016). *La méga boîte à outils du Manager leader*,. Malakoff: DUNOD
- Brauman, R. (1995). *L'action humanitaire*. Paris: DOMINOS.
- Brigiite, P., & Casbar, S. (2003). *Ou va l'action humanitaire*.
- Boistel Phillipe.(2007). *gestion de la communication d'entreprise, « aspects théoriques et pratiques »*, paris : Lavoisier.
- Bouloc. (2003). « les NTIC » édition RIA paris.
- Charpentier. (2000). *économie et gestion de l'entreprise* . NATHAN.

- Colantonio, F. (2011). communication professionnelle en ligne: comprendre et exploiter les médias et réseaux sociaux.
- croix-rouge, c. i. (2003). *droit international humanitaire*.
- Croix-Rouge, C. i. (2007). *l'histoire d'une idée: le mouvement international de la Croix-Rouge et du croissant rouge de 1859 0 NOS JOURS*. Geneve.
- croix-rouge, C. i. (2011). *Fédération internationale des sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge*. Gèneve.
- D'almeida. (2007). *La société du jugement*. Paris: Armand Colin.
- Deumeur . (2001). *Marketing des services*. Paris.
- Dubois, P.-L. (2013). *le marketing fondements et pratique*. Paris: economica.
- Emmanuel, A. (1996). *les nouvelles de l'information et l'entreprise*. Paris: economica.
- FavierA Marc (1998).« le travail en groupe a l'age des réseaux » édition Economica.
- Grinschpoun, M.-F. (s.d.). *Construire un projet de recherche en sciences humaines et sociales (éd. 2eme)*. ENRIK.
- Germane.M. (1998) « l'intranet » édition economica .
- Govare. (2002). *l'évolution du travail avec les nouvelles technologies et de communication(NTIC)*. paris.
- Grouad. (1998). *Le projet décisionnel*. paris: Eyrolles.
- Imbert Maurice, Henri Bruno.(2002). *DRH : tirez parti des technologies, Ed d'organisation*, paris.
- Hussenot, A. (2006). *vers une reconsidération de la notion d'usage des outils tic dans les organisations*. France .
- Jaureguiberry. (2011). *L'exposition de soi sur internet:un souci d'etre au-dela du paraitr,in AUBERT& Harouche, les tyrannies de la visibilité. Etre visible pour exister?* Paris: erès.
- Kotler, D. K. (2006). *Marketing managment*. paris: PEARSON EDUCATION.
- Laubache. (2013). *Twitter: l'histoire secrète de la naissance de l"oiseau bleu* . Paris: DUNOD.
- Lesourd, G. (1966). « *histoire économique XIXe et XXe siècle* » éditeur Armand colin hardcover .

- Leroy, C. F. (2011). communication professionnelle en ligne: comprendre et exploiter les médias et réseaux sociaux. édi.pro.
- Levy, B, L.(2017).Mercator.Paris : DUNOD.
- Lugol Liliane, et autres, (2006). communication des entreprises, stratégie et pratiques. Paris.
- Malika & Peter, 2014.
- Mathieu. (2003). Les représentations et tendances du marketing au travers de ses définitions. Venise, Italie.
- , Gervace, C, M (2021). communication marketing des organisations.de la stratégie au déploiement digital et numérique. ACADEMIA.
- Nathalie dreyfus(2011), marque et internet.(s.d).
- Pateyron , EMMANUEL(1998). « la veille stratégique » édition economica paris..
- Pujolle, G. (2000). *LES réseaux*. Paris: eyrolles.
- Ryfman, P. (1999). *la question humanitaire*. paris: ELIPSES.
- Servin. C (1997).réseaux et télécoms ;édition DUNOD,Paris.
- Saadoune, Méliissa. (2000). technologie de l'information et de management, Paris : éd HERMES Science Publication Paris
- Tajan, S. et COURBON J-C. (1999)."groupeware et intranet", vers le partage des connaissances, DUNOD, paris, 2éme édition.
- Tisseron. (2011). *Les nouveaux réseaux sociaux:visibilité et invisibilité sur le net*. Paris: Erès.
- Voirol, O. (2005). Les luttes pour la visibilité .

Liste des revues :

- Belkhiri, A. (s.d.). Les enjeux des NTIC pour les entreprises Algériennes. La revue des sciences commerciales, . Institut national de commerce .
- Sauret, J. (2002). le cas des technologies de l'information et de la communication. revue française d'administration publique.
- Harrison,S. (2011). la révolution des NTIC. le journal des professionnels.

Les références électroniques :

- Andonova, Y., & Vacher, B. (2013). *nouvelles formes de visibilité des individus en entreprise: technologie et temporalité*. Récupéré sur <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.4279>.
- (2012, Janvier 13). (L'éclaireur humanitaire) Consulté le JUIN 12, 2023, sur <http://www.aidehumanitaire.org>.
- (s.d.). Consulté le avril 28, 2023, sur <http://www.ifrc.org/fr/vision-et-mission/mouvement/>.
- (s.d.). Récupéré sur [http://cdb-humanitaire.fr/qu'est ce que l'humanitaire/](http://cdb-humanitaire.fr/qu'est_ce_que_l'humanitaire/).
- (s.d.). Récupéré sur <https://www.trocaire.org>. Manuel de l'action humanitaire de trécaire.
- (2023, mai 26). Consulté le 2023, sur <http://www.ifrc.org/fr/vision-et-mission/mouvement/>.
- [http://www.150.statcan/Echantillonnage/Echantillonnage non probabiliste](http://www.150.statcan/Echantillonnage/Echantillonnage_non_probabiliste). (s.d.).
- Bourgogne, C. (2008, Octobre). Consulté le 2023, sur <http://www.industrie-bourgogne.fr> La filiere des Nouvelles Technologies de l'information et de la Communication(NTIC) en Bourgogne: <http://www.industrie-bourgogne.fr>

Les dictionnaires et encyclopédies :

- (2023, Février 15). Consulté le Février 15, 2023, sur <http://www.larousse.fr/dictionnaire/francais/action/924>.
- (2023, Février 15). Récupéré sur <http://www.Larousse.fr/dictionnaire/francais/action/924>.
- Harrison, m., & Berkelaar, B. (2017, JULY 27). *Information Visibility*. Récupéré sur oxford encyclopedias.
- Boudon, Raymond, et autres. (2005). Dictionnaire de la sociologie. édition Larousse, Québec .
- Bernard, L., & SILEM, A. (1997). *Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication*. Paris: Ellipses.

Liste des mémoires :

- Adrar, S., & Allouti, Z. (2017/2018). *l'usage des technologies de l'information et de communication dans les relations publiques*. mémoire, université de béjaia, sciences humaines.
- Rachedi, A. (2006). *L'impact des TIC sur l'entreprise*. these de doctorat, Université Saida..
- Bouzidi, M. (2012/2013). *L'usage des TIC dans l'entreprise*. Bejaia, sociologie du travail et des Ressources Humaines.

Annexes

Annexe N° 01 : le guide d'entretien

Université Abderrahmane Mira de Bejaia
Faculté des Sciences Humaines et Sociale
Département des Sciences Humaines
Option : communication et relations publiques.

Thème :

**L'usage des TIC dans la mise en visibilité des actions
humanitaires**

Cas de croissant rouge algérien bureau de la wilaya de Bejaia

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de fin d'étude en vue l'obtention du diplôme de Master 2 En SIC, option communication et relations publiques, dont le thème intitulé « l'usage des TIC dans la mise en visibilité des actions humanitaires »

Pour se faire, nous vous prions de bien vouloir nous consacrer votre temps et de nous répondre à quelques Questions concernant notre thématique de recherche, ainsi vérifier nos hypothèses. Nous vous remercions à l'avance de votre appui.

Réaliser par :

-AGGOUN LYDIA
-YAHIAOUI AMINA

Encadré par :

Mme, AHMEDI

Premier Axe : Les données personnelles :

1. Nom :
2. Sexe
3. Age
4. Fonction occupée
5. Expérience professionnelle

Deuxième Axe : l'usage des TIC :

1. A quel degré utilisez-vous les TIC ?

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

2. Quels sont les outils technologiques les plus utilisés de la part de l'organisation ?

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

3. A votre avis, comment jugez vous l'efficacité de ses outils en fonction de communication ?

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

4. Pensez vous que ces technologies ont un rôle déterminant dans le bon déroulement de votre travail ?comment ça ?

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

5. Quels sont les changements que vous avez remarqué depuis que vous avez commencé l'utilisation des TIC jusqu'à maintenant ?

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

6. selon vous, quels sont les limites des technologies de l'information et de la communication dans l'utilisation de ce type?

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

7. Selon vous, quels sont les difficultés que vous avez rencontrées dans l'utilisation de ce type d'outils ?

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

Troisième Axe : La mise en visibilité des actions humanitaires :

1. pensez vous que vos activités sont assez visible auprès de votre public ?

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

2. Selon vous, pensez-vous que vos activités atteintes assez d'interactivité de la part du public ?

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

3. Qu'est ce que vous aide ou vous empêche à atteindre cette visibilité ?

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

4. La mise en visibilité nécessite-elle une stratégie ? Avez-vous élaboré une ?

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

5. quel sont les procédés communicationnelle adoptées pour rendre visible vos actions ?

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

6. Pourquoi est-il important d'avoir cette visibilité ?

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

Quatrième Axe : l'intégration des TIC dans La mise en visibilité des actions humanitaires

1. Pensez vous que les TIC sont un élément qui rassure la visibilité de vos activités ?

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

2. Quel est l'élément le plus pertinent dans le processus de diffusion de vos informations à travers les TIC pour rendre visible vos actions ?

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

3. De quelle façon les TIC permettent-elles l'insertion de soutien et d'aide humain de votre organisation ?

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

4. Quel est le réseau sociaux qui convient le plus, ou qui vous apporte plus de précision dans vos opérations ?

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

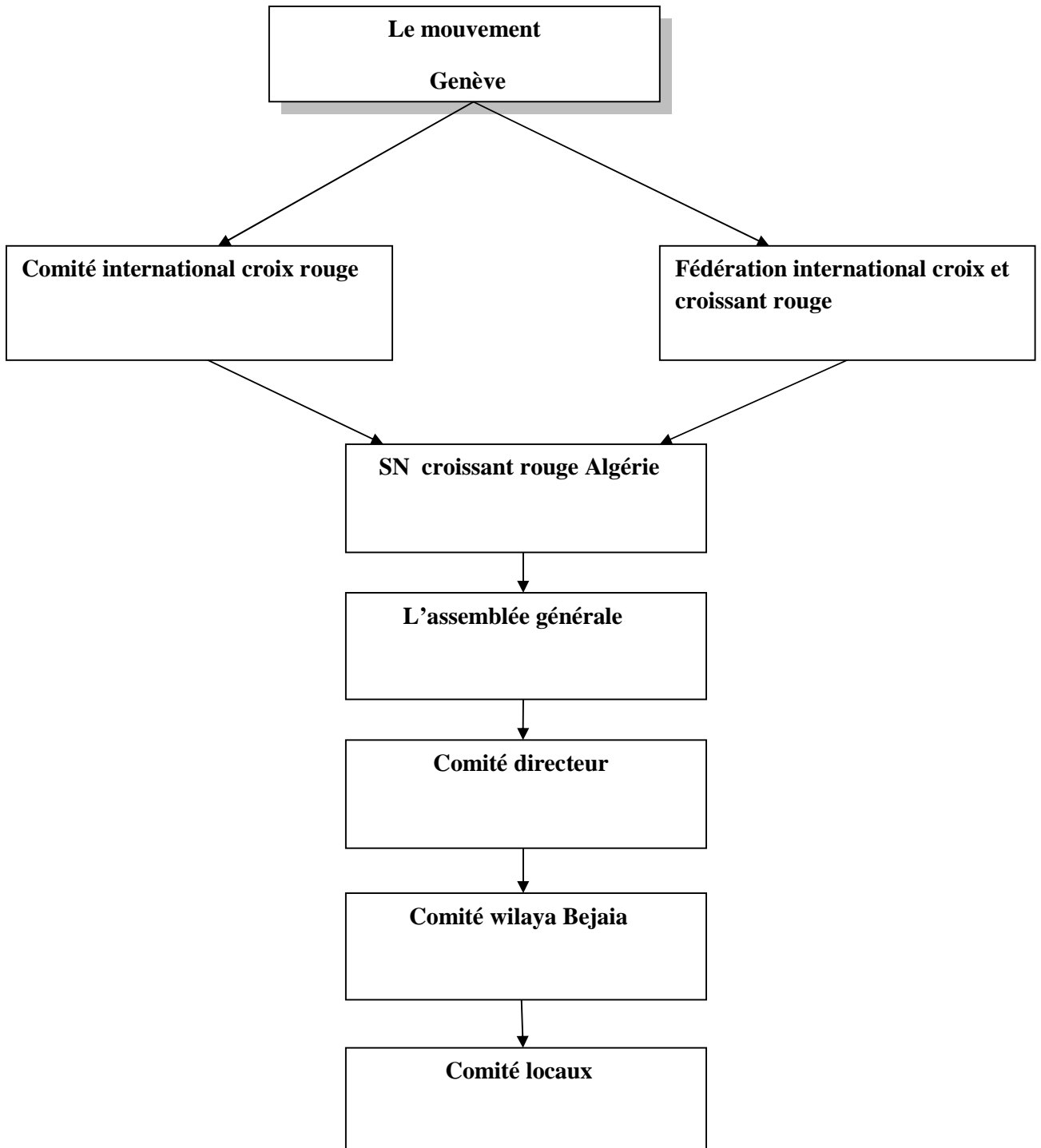
5. Quel avantage apporte les TIC pour la mise en visibilité de vos actions ?

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

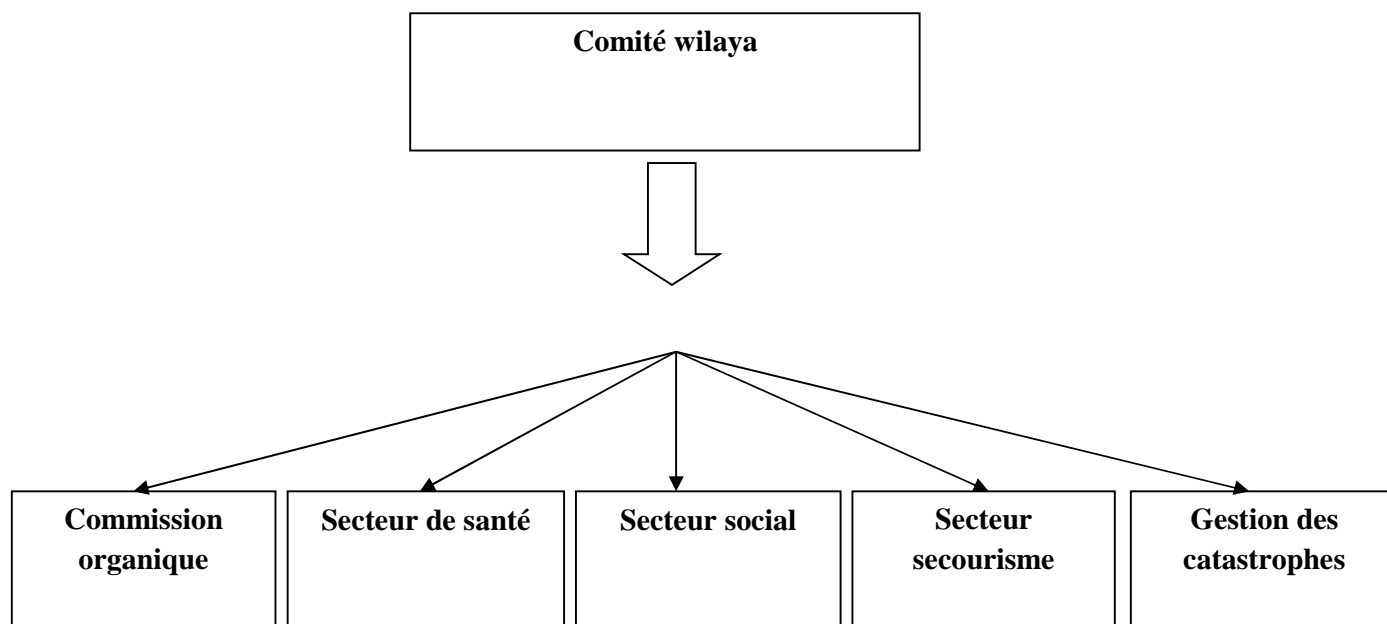
Avez-vous quelque chose à ajouter ?

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

Annexe N° 02 : Organigramme du croissant rouge algérien :




Annexe 03 : Organigramme du Croissant-Rouge comité de Bejaia :



Annexe N°05 : logo de croissant-Rouge Algérien



Annexe N° 06 : page face book du Croissant-Rouge :



Croissant Rouge Algérie
Comité Wilaya de Bejaia
لهلال الأحمر الجزائري
لجنة ولاية بجاية

Algerian Red Crescent Bejaia Committee

4,7 K J'aime · 5 K followers

Inscription Message

Suivi(e) ...

Détails

- Page** · Organisation à but non lucratif
- Cité des 48 Lgts Bt K12 , Bougie, Algeria**
- 034 12 62 01
- cra.bejaiacw@gmail.com
- cra.dz
- Fermé**
- ... Voir la section À propos de Algerian

Annexe N° 07 : Les activités de Croissant-Rouge de la wilaya de Bejaia :



#الهلال_الأحمر_الجزائري
#اللجنة_الولائية_بجاية

في إطار دعم اللجان المحلية تم تقديم مساعدات غذائية و مواد أخرى كدفعة أولى لمساندة بعض اللجان المحلية في العملية التضامنية لشهر #رمضان .



مواصلة العملية التضامنية للتكفل بالاشخاص دون مأوى
لشهرها الرابع على التوالي تحت شعار #شتاء_دافئ التي
تشرف عليها اللجنة الولائية لولاية بجاية ل
#الهلال_الأحمر_الجزائري بتقديم وجبات سخانة بمشاركة
شركة MORTERO.

Mortero spa



8 ماي هو اليوم العالمي للصليب الأحمر والهلال الأحمر.
تکمن قوتنا في وحدتنا ، وتصميمنا على تجسيد المثل الاعلى
للعمل الإنساني المحايد وغير المتحيز والمس...
Voir plus f



حملة تبرع بالدم نظمتها اليوم اللجنة الولائية لولاية #بجاية
على مستوى المحطة البرية لبجاية.

#الهلال_الأحمر_الجزائري
#اللجنة_الولائية_بجاية



إختتام الدورة التكوينية في الإسعافات الأولية و تخرج دفعة
من المسعفات و المسعفين.
شكرا لإهتمامكم بالإسعافات الأولية.

#الهلال_الأحمر_الجزائري
#اللجنة_الولائية_بجاية
#الإسعافات_الأولية



Table des matières :

Remerciements

Dédicace

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des figures

Résumé

Introduction générale..... 1

Chapitre 01 : Analyse conceptuelle

1. La problématique..... 6

2. Objectif(s) de l'étude 8

3. Définition des concepts..... 10

4. Indicateurs du phénomène de l'étude 12

5. Étude(s) antérieure..... 13

Chapitre 02 : Démarche méthodologique

6. Approche théorique et méthodologique..... 18

6.1. Méthode de l'étude..... 18

6.2. Approche théorique..... 19

7. Outils de l'étude..... 23

7.1. L'entretien 24

7.2. L'observation..... 25

8. Echantillon de l'étude..... 26

8.1. L'échantillon 26

8.2. Type d'échantillonnage..... 26

9.Étape de réalisation de l'enquête	28
9.1. La pré-enquête	28
9.2. Le déroulement de l'enquête.....	29
Cadre théorique	
Chapitre 03 : Les technologies de l'information et de la communication	
Section 01 :L'évolution et développement TIC.....	33
1. Aperçue Historique des TIC /Définition	33
2. Les différents outils des TIC	36
2.1. Technologie de la communication.....	36
2.1.2. La téléphonie	37
2.2. Le réseau informatique	37
2.2.1. Réseau internet	37
2.2.2. Réseau intranet	38
2.2.3. Réseau extranet.....	39
3. Les outils de gestion des données.....	39
3.1. Les bases de données	39
3.1.1.DATAWAREHOUSE	39
3.1.2. Le Datamining	39
3.2. Echange de données informatisées(EDI)	39
4. Intégration matérielle	40
4.1. LE GROUPEWARE.....	40
4.2. LE WORKFLOW	40
5. Les réseaux sociaux.....	40
5.1. Facebook	41

5.2. Twitter.....	41
5.3. LinkedIn	41
5.4. You tube.....	41
5.5. Instagram.....	42
3. Caractéristiques des TIC.....	42
Section 02 : les TIC dans l'organisation	43
1. L'usage des TIC dans l'organisation	43
2. L'impact des TIC sur l'organisation.....	46
3. Les avantages et inconvénients des TIC.....	47
Chapitre 04 : la mise en visibilité des actions humanitaires	
Section 01 : aperçue historique sur les actions humanitaires.....	50
1. L'évolution de l'action humanitaire.....	50
2. Action humanitaire (définition)	51
3. Les principes humanitaires	51
4. Les composantes du mouvement humanitaire.....	52
4.1. Le comité international de la Croix-Rouge (CICR)	52
4.2. La fédération internationale des sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge	53
4.3. Les sociétés nationales de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge	54
Section 02 : la visibilité des actions humanitaires	55
1. la visibilité (définition).....	55
2. l'intérêt de la visibilité	55
3. visibilité organisationnelle	56
3.1. Une visibilité renforcée par les TIC.....	56
3.2. La temporalité à l'aire de visibilité.....	57

3.3. Les TIC et la visibilité dans l'activité managériale 58

4. La visibilité de l'humanitaire à travers les réseaux sociaux..... 59

4.1. Les risques de l'utilisation de tels outils 59

Cadre pratique

Chapitre 05 : Présentation des données

1. Présentation du lieu de la recherche (Document transmis par Monsieur GHEMMARI ABDELMALEK, chargé de communication)

1. Historique..... 63

2. Le comité de wilaya de Bejaia 64

3. Situation géographique 64

4. Ses objectifs 65

5. Ses missions 65

6. Les domaines d'action du Croissant-Rouge Algérien 65

2. Présentation des données de la recherche..... 67

2.1. Présentation de L'échantillon de la recherche..... 67

Chapitre 06 : Présentation des résultats

1. Analyse et Interprétation des données 71

2. Discussion des résultats 76

Conclusion générale 81

Liste bibliographique

Annexes