



جامعة بجاية  
Tasdawit n Bgayet  
Université de Béjaïa

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA  
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES  
ET DES SCIENCES DE GESTION  
DEPARTEMENT DES SCIENCES DE GESTION

## L'impact de l'intranet sur la communication interne de l'entreprise

*Mémoire de fin de cycle  
En vue de l'obtention du diplôme de master en sciences de gestion  
Option : Management*

**Réalisé par :**

-HALOU Nabila  
-LAIB YOUSRA

**Membres de jury :**

-Président :  
-Rapporteur :  
-Examineur :

**Session : Septembre 2020**

# DÉDICACES

On dédie ce modeste travail à :

Nos familles qui ont été pour nous un soutien moral, source de joie et de bonheur et celle qui ont toujours sacrifié pour notre réussite et pour un bon avenir, Que dieu les garde pour nous.

Nos chers proches et amis.

Sans oublier tous ceux qui nous ont aidés d'une manière ou d'une autre et qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

Ainsi qu'à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

HALOU NABILA

LAIB YOUSRA

## *REMERCIEMENTS*

Tout d'abord, on remercie Dieu, de nous avoir donné la force, la volonté et le courage de réaliser ce travail.

On voudrait dans un premier temps remercier, notre directeur de mémoire Mr. Melakhessou pour sa patience, sa disponibilité et surtout ses judicieux conseils, qui ont contribué à alimenter notre réflexion.

On tient à remercier toutes les personnes qui ont contribué au succès de notre recherche et qui nous ont aidées lors de la rédaction de ce mémoire.

HALOU NABILA

LAIB YOUSRA

# *LISTE DES ABRÉVIATIONS*

| <i>Abréviation</i> | <i>Signification</i>  |
|--------------------|---|
| <b>TIC</b>         | <b>T</b> echnologies de l' <b>I</b> nformation et de la <b>C</b> ommunication                           |
| <b>ERP</b>         | <b>E</b> ntreprise <b>R</b> essources <b>P</b> lanning  |
| <b>TCP</b>         | <b>T</b> ransmission <b>C</b> ontrol <b>P</b> rotocol   |
| <b>IP</b>          | <b>I</b> nternet <b>P</b> rotocol   |
| <b>HTML</b>        | <b>H</b> yper <b>T</b> exte <b>M</b> ark up <b>L</b> angage   |
| <b>SMTP</b>        | <b>S</b> imple <b>M</b> ail <b>T</b> ransport <b>P</b> rotocol  |
| <b>RSE</b>         | <b>L</b> es réseaux <b>S</b> ociaux d' <b>E</b> ntreprise   |
| <b>SI</b>          | <b>S</b> ystème d' <b>i</b> nformation  |
| <b>NTIC</b>        | <b>N</b> ouvelle <b>t</b> echnologie d' <b>i</b> nformation et de <b>c</b> ommunication                 |
| <b>LAN</b>         | <b>L</b> ocal <b>A</b> rea <b>N</b> etwork  |
| <b>MAN</b>         | <b>M</b> étropolitain <b>A</b> rea <b>N</b> etwork  |
| <b>WAN</b>         | <b>W</b> ilde <b>A</b> rea <b>N</b> etwork  |
| <b>IRC</b>         | <b>I</b> nternet <b>R</b> elay <b>C</b> hat   |
| <b>WAP</b>         | <b>W</b> ireless <b>A</b> pplication <b>P</b> rotocol   |
| <b>TICE</b>        | <b>T</b> echnologies de l' <b>I</b> nformation et de la <b>C</b> ommunication pour l' <b>E</b> ducation |
| <b>CGI</b>         | <b>C</b> harged <b>G</b> azoline <b>I</b> njection  |

|               |  |
|---------------|--|
| <b>PHP</b>    | <b>HyperText Preprocess</b>                            |
| <b>l'UJEF</b> | <b>Union des Journaux et Journalistes d'Entreprise</b> |
| <b>RH</b>     | <b>Ressource Humain</b>                                |
| <b>HTTP</b>   | <b>Hyper Text Transfer Protocole</b>                   |
| <b>ASP</b>    | <b>Active Server Pages</b>                             |
| <b>SQL</b>    | <b>Structured Query Language</b>                       |
| <b>NAS</b>    | <b>Network Attached Storage</b>                        |
| <b>SAN</b>    | <b>Storage Area Network</b>                            |
| <b>PGI</b>    | <b>Progiciels de Gestion Intégrée</b>                  |
| <b>PC</b>     | <b>Personal Computer</b>                               |
| <b>DRH</b>    | <b>Direction des Ressources Humaines</b>               |
| <b>DSI</b>    | <b>Directeur des Systèmes d'Information</b>            |

# ***LISTE DES FIGURES***

## **Figures du chapitre. I**

**Figure 01 :** Le déterminisme technologique, L'usage TIC a des effets systématiques

## **Figures du chapitre. II**

**Figure 01 :** Evolution de l'intranet

**Figure 02 :** Les fonctionnalités de l'intranet

**Figure 03 :** Communication interne dans un intranet

## **Figures du chapitre. III**

**Figure 01 :** les axes stratégiques sur lesquels les services internet, intranet apportent des réponses

**Figure 02 :** représentation des différentes dimensions d'une organisation

# **SOMMAIRE**

|   |    |
|---|----|
| <b>Introduction générale</b> .....  | 01 |
| <b>Chapitre I : Généralités sur les TIC</b> .....   | 07 |
| Section 1 : notions sur les TIC.....  | 08 |
| Section 2 : la relation entre les tics et l'organisation.....   | 20 |
| <b>Chapitre II : Généralité sur la communication interne et l'intranet</b> .....                      | 26 |
| Section 1 : La notion de la communication interne au sein de l'entrepris.....                         | 27 |
| Section 2 : L'intranet, un outil de communication interne pour l'entreprise.....                      | 38 |
| <b>Chapitre III : Impact de l'intranet sur la communication interne de l'entreprise</b> .....         | 55 |
| Section 1 : les services et l'architecture de l'intranet.....   | 56 |
| Section 2 : Intranet facteur de changement en matière d'organisation et De communication interne..... | 58 |
| Section 3 : Les impacts croisés de l'intranet et l'organisation.....                                  | 63 |
| <b>Conclusion générale</b> .....  | 72 |
| <b>Bibliographie</b>  |    |
| <b>Table des matières</b>   |    |
| <b>Résumé</b>   |    |

# **Introduction générale**



## Introduction générale

---

Aujourd'hui la communication est devenue un outil primordiale au sein de toutes les entreprises, et ce afin de garantir un accès facile à l'information aux collaborateurs de l'entreprise.

Cependant, c'est au début des années 1970 que la communication interne est apparue dans le monde professionnel. Par ailleurs, cette dernière s'est installée au cœur des entreprises et des organisations comme un élément indispensable pour accompagner les grandes mutations et évolutions que connaissent les sociétés. En effet, L'avènement de la communication interne à l'entreprise a bouleversée le schéma organisationnel traditionnel de l'entreprise, ce changement s'est accentué de prime abord, sur la diffusion et la fluidité de l'information entre les collaborateurs internes, et en suite, de jouer un rôle de complémentarité des supports afin d'accroître d'une part, les performances liés aux activités de l'entreprise, et d'autre part, démocratisé l'accès à l'information de l'ensemble des collaborateurs.

Pour l'entreprise la communication est devenu un outil indispensable. Elle prend des formes différentes en fonction des buts poursuivis et des « médias » utilisés.<sup>1</sup>

Pour LENDREVIE J et LINDON D « La communication est l'ensemble de toutes les Informations, messages et signaux de toute nature que l'entreprise décide d'émettre volontairement en direction de publics-cibles ».<sup>2</sup>

Par ailleurs, la communication interne s'appuie sur un ensemble d'outils permettant d'accéder à l'information sous toute formes de la manipuler, de la transmettre dans différents niveaux de l'entreprise, elle est aussi considérée comme élément incontournable pour l'entreprise et un élément stratégique dans la prise de décision.

Pour P. Labasse « La communication interne se définit comme l'ensemble des échanges d'informations mais aussi affectifs et symbolique qui s'établissent entre les membres d'une organisation permettant de coexister et de travailler ensemble, dès que les hommes se sont réunis pour produire des biens et des services ils ont dû échanger entre eux pour s'ajuster ; la Parole échangé a été et est toujours le premier vecteur de la communication dans les organisations ».<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>DEMEURS Claude. Aide de mémoire marketing, édition Dunod 2008.

<sup>2</sup>LENDREVIE, J.LEVY, D, LINDON D.Mercator, 8e édition, Dunod 2006.

<sup>3</sup>RENCKER Edouard, le nouveau visage de la communication interne, Edition, Eyrolles, Paris 2008, P7.

## Introduction générale

---

En effet, l'apparition des différents médias électroniques a permis de renforcer les systèmes éditoriaux sans remettre en cause la pertinence des outils plus traditionnels tels que le journal interne qui permet une prise de recul par rapport aux sujets qu'il propose et offre à ses lecteurs la possibilité de digérer l'information en prenant le temps de lire. Ainsi entre 1996 et 2003, la place du journal interne est restée prépondérante, avec même un regain d'intérêt ces dernières années, les médias électroniques, les messageries et surtout l'intranet ont fait une spectaculaire percée.<sup>4</sup>

Les TIC (Technologies de l'information et de la communication) et plus précisément l'intranet ont fait l'objet de nombreuses études en gestion et en management des SI (système d'information), ce dernier est défini par Rowe (1999) comme un ensemble d'outils informatiques associés, permettant de donner un ajustement global au système d'information dans les entreprises, cette vision des intranets est essentielle dans la mesure où elle constitue la base d'une vision contingente des TIC. Ainsi, les intranets ne sauraient être des objets prédéterminés, mais leurs utilisations et leurs impacts dans l'entreprise sont le résultat émergent d'interactions entre entreprise et technologie.<sup>5</sup> C'est d'ailleurs dans cette optique que des auteurs se sont intéressés de près à la question, de la performance d'intranet d'un point de vue technique (Levrone, 1999) à la gestion des connaissances et enfin à leurs impacts sur l'organisation de l'entreprise<sup>6</sup>.

Les premiers intranets dans les entreprises ont vu le jour vers la fin des années 1990 et il est devenu au fil des années l'outil qui offre des solutions de communication très avancées en aidant le personnel des entreprises à compléter aisément leurs tâches (Beyou et Pinto, 2003. Bouchez, 2004). Selon (Germain 1998) les entreprises d'aujourd'hui ne cessent d'utiliser ce réseau à des fins multiples<sup>7</sup>. Il est ici, un point essentiel sur lequel notre recherche se tardera. Dans ce travail de recherche il sera question d'étudier l'impact de l'intranet sur l'organisation, sous la perspective d'analyser les effets induits par l'introduction des technologies nouvelles sur la communication interne de l'entreprise.

---

<sup>4</sup>Idem, P10.

<sup>5</sup>COHENDERT, P, GUITTARD, C, SCHENK, E, « Adoption d'outils Tic dans un contexte hiérarchique Revue française de gestion, N° 172, 2007, p160.

<sup>6</sup>BENAOUN, T, RAMDANI, L, BOURENNANE, b L'impact du réseau Intranet sur la performance de l'utilisateur dans l'entreprise algérienne, juin 2016, P3

<sup>7</sup> COHENDERT, P, GUITTARD, C, SCHENK, E op.cit., p160.

### La problématique de recherche

La nature de l'interaction que peut résulter l'introduction de l'utilisation des nouvelles technologies de communication sur l'organisation l'entreprise, notamment, par l'usage de l'intranet, ainsi que, l'impact de ce dernier sur le fonctionnement de l'entreprise, plus précisément la communication interne, est souvent caractérisé par une certaine complexité avérée.

En effet, ce constat est d'autant plus vrai en Algérie, les entreprises dans de différents secteurs d'activités rencontrent d'énormes difficultés à s'adapter aux évolutions technologiques que véhicule les TIC de manière singulière, cela est due en partie que l'Algérie n'est pas considéré comme un pays à haut potentiel scientifique et technologique. Cela dit le pays s'ouvre à l'intégration des nouvelles technologies notamment par le recours à l'acquisition de technologies sur le marché international. Toutefois, suite aux études menées sur des entreprises activant dans plusieurs branches seulement 54 % ont mis en place un réseau intranet et 10% d'entre elles disposent d'un réseau extranet et seulement 10% de celles-ci disposent de logiciels ERP, CRM, EDI.<sup>8</sup>

Il est clair, que le recours des entreprises algériennes à l'implantation des TIC et en particulier l'intranet vise à l'amélioration de la circulation de l'information. De ce faite, il est pertinent de nous intéresser dans ce cadre à la question de l'impact induit par ces technologies dans le fonctionnement de l'entreprise et sa performance.

Pour cela, il est question d'analyser l'impact de l'intranet sur la communication interne de l'entreprise en posant la question suivante :

**Le recours de l'entreprise Algérienne à l'introduction et à l'utilisation des nouveaux moyens technologiques à l'image de l'intranet dans son fonctionnement et sa gestion favorisent-ils une meilleure communication en interne et une meilleure performance des activités de l'entreprise ?**

---

<sup>8</sup>Le bureau pour l'Afriques du Nord de la connaissance économique des nations Unie pour l'Afrique (CEA-AN), Economie de la connaissance en Afrique du nord, Maroc, 2011.P32-33

## Introduction générale

---

Pour y répondre à cette problématique de recherche nous diviserons cette question axiale en question secondaire :

1. Quelles sont les effets de l'usage de l'intranet sur l'organisation interne au sein de l'entreprise ?
2. Quel est l'impact de l'intranet sur le processus de communication interne de l'entreprise ?
3. Quel est l'impact de l'intranet sur la fluidité de l'information, la productivité des employés de l'entreprise ainsi que de la performance de l'entreprise ?

### Hypothèse de recherche

La formulation d'hypothèses se veut un moyen de porter une analyse en amont et en aval du processus de l'implantation de l'intranet dans l'entreprise Algérienne, en effet, les impacts que peut produire cette introduction des TIC au sein de l'entreprise, représentera le contexte d'étude qui nous permettra de confirmer ou d'infirmer ce qui suit :

#### Première hypothèse :

Appropriation de l'intranet de la part des employés de l'entreprise comme un moyen de développement dans le milieu organisationnel améliore les pratiques et les processus de décisions.

#### Deuxième hypothèse :

L'amélioration de la circulation de l'information au sein l'entreprise (Rapidité et fluidité de l'information) par le biais de l'usage de l'intranet favorise le partage de connaissance dans l'organisation.

### Structuration de la recherche

Les chapitres sont théoriques ils consistent à mobiliser des théories d'études sur notre recherche afin de construire le cadre d'analyse théorique.

Ce travail se veut une investigation académique, par le fait qu'en Algérie très peu travaux ont été réalisés sur le sujet de l'impact de l'intranet sur la communication interne des entreprises.

## Introduction générale

---

Pour réaliser l'étude de recherche, le travail est structuré autour de trois chapitres essentiels :

- Le premier, traite de généralité sur les TIC.
- Le deuxième, traite des généralités sur la communication interne et l'intranet.
- Le dernier chapitre concerne l'analyse de l'impact de l'intranet sur la communication interne de l'entreprise

**Chapitre I :**  
**Généralités sur les Techniques de**  
**l'Informations et de la communication**

# **Chapitre I : Généralités sur les Techniques de l'Informations et de la communication**

---

## **Chapitre I : Généralités sur les Techniques de l'Information et de la Communication (les TIC)**

L'entreprise économique étant une organisation sociale, dont on trouve l'utilisation des différentes technologies de l'information et de la communication qui constituent un facteur qui est devenu de plus en plus important pour la croissance économique de l'entreprise, les entreprises qui réussissent sont celles qui savent établir des coopérations, travailler en réseau, produire et utiliser collectivement la connaissance sans cesse renouvelée dont elles ont besoin pour générer de la valeur.

Les technologies de l'information et de la communication sont aujourd'hui un outil majeur pour la construction de la compétitivité.

Les TIC ont transformé le monde en un petit village, elles permettent l'accélération, l'échange et la circulation de l'information entre les différents services de l'entreprise.

Par ailleurs elles assurent aussi des opportunités et des changements dans le processus du travail, qui va permettre pour le personnel l'atteinte des objectifs dans un climat de travail motivant et stimulant.

Les TIC sont incontournables pour les orientations stratégiques de l'entreprise, elles ont pris de l'ampleur dans l'entreprise, donc on trouve une relation entre ces TIC et l'entreprise. Ce présent chapitre traite en premier lieu des généralités sur les TIC et en deuxième lieu la relation entre les TIC et l'organisation.

### **Section01 : Notions sur les TIC**

Les notions de technologies de l'information et de la communication (TIC) sont basées sur leur historique, définitions, leur origine et leurs caractéristiques.

#### **I.1.Historique des TIC<sup>9</sup>**

Dès les années 2000, les usages des TIC ne cessent de s'étendre. Ceci se fait ressentir surtout dans les pays riches. Les TIC sont appliquées dans tous les domaines tels que

---

<sup>9</sup><http://stephane-alexi.over-blog.com/article-historique-des-tic-44969908.html>, consulté le 15 juillet 2020 à 14h

## **Chapitre I : Généralités sur les Techniques de l'Informations et de la communication**

---

l'agriculture, la biodiversité, le commerce, la télémédecine, l'information la gestion des multiples bases de données, la robotique et les usages militaires.

Le terme TIC est une invention des ingénieurs de réseaux désigne Technologies de l'information et de la communication ; elles sont également désignées par les « nouvelles technologies de l'information et de la communication » (NTIC), les TIC sont essentiellement des moyens au service de l'apprentissage (Tardif, 1998), dans l'éducation, elles évoquent plutôt les technologies de l'information et de la communication pour l'éducation (TICE) en matière de l'évolution technologique, les TIC sont le résultat de la convergence de trois technologies : l'informatique, les télécommunications et l'audiovisuel, ces trois domaines sont associés dans l'ordinateur connecté, Internet est venu concrétiser la convergence informatique et la télécommunication.

Les TIC désigne d'une manière générale, un ensemble de techniques innovantes dans le domaine de l'audiovisuel, de l'informatique et des télécommunications permettant le stockage, le traitement et l'obtention de l'information. Les TIC désignent l'ensemble des technologies de l'information et de la communication (outils pédagogiques numériques, y compris les média) utilisés dans l'enseignement dans le but de transmettre des connaissances aux apprenants par une aide à la compréhension et à l'assimilation. De manière plus spécifique, les TIC renvoient à l'utilisation de l'ordinateur et de l'Internet qui sont les technologies les plus utilisées dans les écoles à l'heure actuelle. Il se résume au terme informatique. L'informatique est le traitement automatique de l'information. L'enseignement de l'informatique est l'action, la manière de transmettre et de faire acquérir aux apprenants des connaissances liées aux Technologies de l'Information et de la Communication visant la transformation de ces derniers et à la fin de l'enseignement, on observera des nouveaux comportements développés chez les apprenants face aux nouvelles technologies de l'information et de la communication.

L'enseignement des TIC renvoie à la connaissance et à l'usage de l'outil informatique via l'exploitation de l'ordinateur pour se servir dans multiples tâches quotidiennes. Il consiste également à former les jeunes apprenants de la société de demain à pouvoir utiliser les différentes technologies de l'information et de la communication, pour s'informer et communiquer à travers le monde entier, ceci se réalisera à travers les enseignements qu'ils recevront dans la discipline informatique.



# **Chapitre I : Généralités sur les Techniques de l'Informations et de la communication**

---

## **I.2.Définitions des TIC**

Le terme TIC est parfois contesté, car ambigu

**T** : technique et technologie :

Technique : opérations concrètes (fabriquer, adapter). Technologie : c'est la somme des techniques

**I** : Information : ensemble des renseignements disponibles sur une question donnée à un moment donné.

**C** : communication au cœur des transformations des activités des entreprises.

Elles sont définies comme « l'ensemble des outils permettant d'accéder à l'information, sous toutes ses formes, de la manipuler, de la transmettre, en s'appuyant sur des technologies d'informations ou de télécommunications ». <sup>10</sup>

### **I.2.1. Technologie :**

Elle est la combinaison de ressources, de connaissances et de technique qui permettent à une organisation de créer un produit ou un service. La congruence entre la structure et la technologie est un élément majeur de succès de l'organisation. (Communication et organisation) <sup>11</sup>.

### **I.2.2. L'information :**

L'information est l'action d'informer de s'informer, de donner la connaissance d'un fait ou de la recherche.

L'information est à la fois une donnée et une action. Une donnée sera une information si elle revêt un sens pour celui qui la reçoit. Informer c'est transmettre des informations significatives, si elle ne signifie rien, elles ne se sont pas des informations, on peut alors définir

L'information comme l'ensemble des pratiques qui cherchent à mettre les individus en relations avec des événements, des faits des représentations mentales, des images et des symboles. <sup>12</sup>

---

<sup>10</sup>HANRIET Bruno et Maurice Imbert, DRH : tirez parti des technologies, Editions d'Organisation, France 2002, p2 et 3.

<sup>11</sup>SAADOUN Mélissa, l'insertion des TIC et leurs effets sur la rentabilité de l'entreprise, cas pratique : entreprise portuaire de Bejaia, session juin 2008/2009, avec le temps, Edition Paris, 1998, P156.

<sup>12</sup>HENRIET Bruno et IMBERT Maurice, op cit, P11.

# **Chapitre I : Généralités sur les Techniques de l'Informations et de la communication**

---

## **I.2.3. La communication :**

La communication dans l'entreprise s'inscrit dans une trajectoire globale, sa mission : positionner l'entreprise, lui donner une personnalité reconnaissable par tous publics et une identité distincte de la concurrence.<sup>13</sup>

De ce fait on peut définir les TIC qui revêtent d'une importance primordiale dans l'entreprise.

Ainsi les technologies d'information et de communication peuvent être définies comme étant : L'ensemble des technologies d'informatiques et de télécommunications, elles sont les résultats d'une convergence entre les technologies. Elles permettent l'échange des informations ainsi que leurs traitements elles offrent aussi de nouveaux moyens et méthodes de communication.<sup>14</sup>

Les TIC sont définis comme la combinaison des technologies issues de l'informatique avec d'autres technologies apparentées, en particulier les technologies de la communication. » Chapron (2006) considère que les contours de l'expression « technologies de l'information et de la communication » sont « assez flous, apparus avec le développement des réseaux de communication, désignant tout ce qui tourne autour d'Internet et du multimédia. Elle recouvre également la notion de convivialité accrue de ces produits et services destinés à un large public de non-spécialistes. Au confluent de l'informatique, des réseaux de télécommunication et de l'audiovisuel, les TIC s'adressent au plus grand nombre».<sup>15</sup>

Par la suite nous désignerons par technologies de l'information et de la communication (TIC) l'ensemble des technologies qui sont associées à l'usage d'internet et de ses protocoles et qui assurant la communication, la transmission, le stockage, la création, le partage ou l'échange des informations. Pour lui, ces technologies constituent deux catégories : la première concerne les technologies permettant le traitement de l'information comme les ordinateurs et les logiciels et constitue ce qui est communément appelé « système informatique ». La seconde catégorie concerne les technologies utilisées pour la diffusion de l'information et désigne les

---

<sup>13</sup>WESTPHALEN Marie Hélène, Communicator, le guide de la communication d'entreprise, 3<sup>ème</sup> Edition, édition Dunod, Paris, P5.

<sup>14</sup>RACHEDI Abdelkader, L'impact des tic sur l'entreprise, cas pratique : entreprise Sonal gaz, Université Saïda, 2006, P79.

<sup>15</sup>Benoît Charpon, consulté le 17/07/2020 sur : <http://www.systemesdinformation.fr>

## **Chapitre I : Généralités sur les Techniques de l'Informations et de la communication**

---

systèmes de télécommunications comme la radio, la télévision, la téléphonie, les réseaux ...etc.<sup>16</sup>

Les TIC sont définies comme un « ensemble des technologies issues de la convergence de l'informatique et des techniques évoluées du multimédia et des télécommunications, qui ont permis l'émergence de moyens de communication plus efficaces, en améliorant le traitement, la mise en mémoire, la diffusion et l'échange de l'information.<sup>17</sup>

La commission européenne, pour sa part, définit dans son glossaire « les technologies de l'information et de la communication (TIC) » comme étant « tous les moyens techniques utilisés pour traiter l'information et faciliter la communication, c'est-à-dire tous les équipements informatiques et de réseau ainsi que leurs logiciels ».<sup>18</sup>

Les technologies de l'information et de communication regroupent l'ensemble des techniques qui contribuent à numériser et à digitaliser l'information, à la traiter, à la stocker et à la mettre à la disposition d'un ou plusieurs utilisateurs.

On peut résumer l'apport immédiat des TIC en quatre points essentiels :

- Compression de temps.
- Compression de l'espace.
- Compression de l'information stockée.
- Flexibilité d'usage.

Les TIC sont un atout irremplaçable dans la circulation rapide de l'information, l'élaboration collective de plans d'action et de nouvelles façons de faire, la coordination de l'action, la mémorisation et la capitalisation des expériences, l'accès rapide à des connaissances très diverses, l'ouverture de nouveaux services à la clientèle. Cette contribution des TIC à la création de valeur ajoutée prend aujourd'hui plusieurs formes : intranet, internet, messageries, forums, workflow, bases de données partagées, datamining, édition multi media, service à la clientèle, etc.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup>RACHEDI Abdelkader, op.cit, P82.

<sup>17</sup>L'office québécois de la langue française: <https://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/>, consulté le 18/07/2020

<sup>18</sup>Commission Européenne, Glossaire : Technologies de l'information et de la communication [En ligne].URL :[https://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics\\_explained/index.php/Glossary:Information\\_and\\_communication\\_technologie\\_\(ICT\)/Fr](https://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Glossary:Information_and_communication_technologie_(ICT)/Fr)

<sup>19</sup> « Les différentes TIC » disponible sur le lien suivant : <https://www.est-usmba.ac.ma/Alaoui/cours%20internet/CNTICSUP.pdf>, consulté le 19juillet 2020 à 13h.

# **Chapitre I : Généralités sur les Techniques de l'Informations et de la communication**

---

## **I.3.L'origine des TIC**

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication sont des techniques qui permettent le traitement et la transmission de l'information généralement dans les domaines de l'informatique, d'internet, des blogues sociaux, des wikis et des technologies d'utilisateur-à-utilisateur, cela amène les nouvelles technologies de l'information et de la communication au cœur des dimensions sociales.<sup>20</sup>

## **I.4.Caractéristique des TIC<sup>21</sup>**

Les caractéristiques des technologies de l'information et de la communication sont :

### **I.4.1. Efficacité:**

Celui qui utilise ces technologies est indépendant et expéditeur en même temps, les partenaires dans l'opération de communication peuvent échanger des rôles et cela qui a provoqué un genre d'efficacité entre les personnes et les entreprises et autres communautés.

### **I.4.2. Sans temps :**

C'est-à-dire qu'on peut recevoir des courriers à n'importe quel moment comme le cas de l'email.

### **I.4.3.Décentralisation:**

C'est la caractéristique qui permet l'autonomie des NTIC, le cas de l'internet possède la continuité dans le travail dans n'importe quelle situation, c'est impossible aucune partie du monde ne peut arrêter l'internet parce que c'est un réseau qui communique entre les personnes et les entreprises.

### **I.4.4.Connectivité :**

On peut relier entre les appareils même s'ils sont différents dans la fabrication d'un pays ou ville.

### **I.4.5.Mobilité :**

C'est-à-dire que l'utilisateur peut bénéficier des services pendant ses déplacements exemple : comme l'ordinateur portable ou téléphone portable.

---

<sup>20</sup>L'information dans l'entreprise : l'origine des TIC, consulté le 16 juillet 2020 à 9h40

<sup>21</sup>Impact des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) sur le tissu productif des biens et services au Maroc, consulté le 17 juillet à 20h, disponible sur le lien [https://www.memoireonline.com/10/10/4051/m\\_Impact-des-Technologies-de-l-Information-et-de-la-Communication-tissu-productif--biens-services](https://www.memoireonline.com/10/10/4051/m_Impact-des-Technologies-de-l-Information-et-de-la-Communication-tissu-productif--biens-services).

## **Chapitre I : Généralités sur les Techniques de l'Informations et de la communication**

---

### **I.4.6. Convertibilité :**

Elles peuvent transmettre des informations d'un milieu à un autre exemple transmettre une lettre écoutée à une lettre écrite ou parlée comme la lecture électronique.

### **I.4.7. Démystification :**

C'est-à-dire qu'on peut envoyer une lettre à une personne comme on l'envoie à d'autres personnes sans passer par la société et on peut la maîtriser comme le cas de l'envoi du producteur au consommateur.

### **I.4.8. Répartition :**

C'est-à-dire que ce réseau peut s'élargir comme il englobe un nombre plus élevé de personnes, une surface plus étendue avec une grande souplesse.<sup>22</sup>

### **I.4.9. La multi analité:**

Les TIC utilisent trois canaux à savoir le canal textuel, le canal image et le canal son. Le dernier étant moins répandu.

**Le canal textuel :** Informations concernant l'utilisation du cédérom ou du site, type ex positif, narratif, article, texte littéraire.

**Le canal image :** fixe, animée, de synthèse, icônes.

**Le canal sonore :** musique, chansons, paroles (dialogue, monologue, instructions concernant l'utilisation du cédérom ou site).

## **I.5. Les outils des TIC**

### **I.5.1. Les ordinateurs**

Le début de l'ère de l'information est marqué par le règne incontesté des gros ordinateurs mais ils ne sont guère nombreux : en 1961, on en compte 6000 dans le monde. Les terminaux sont généralement installés dans un site séparé du reste de l'entreprise, le modèle organisationnel et hiérarchique est centralisé. Les applications se développent dès les années 1950-1960. Les applications informatisées font exactement la même chose que les applications « manuelles » mais plus vite et en plus grand volume. Depuis, avec des réseaux, l'ordinateur est devenu communicant. Il est maintenant possible d'échanger des informations entre différents ordinateurs distants. L'ordinateur est rapidement devenu le cœur du traitement et de la gestion d'une grande part de l'information produite et consommée dans l'entreprise.

---

<sup>22</sup>RACHEDI Abdelkader, Op cit, P89.

## **Chapitre I : Généralités sur les Techniques de l'Informations et de la communication**

---

Avec l'augmentation de puissance constante et de la baisse régulière des coûts, les ordinateurs sont aujourd'hui présents à tous les niveaux de l'entreprise. L'ordinateur possède un cerveau, un système nerveux, des organes, nous pouvons communiquer avec lui à condition de connaître son langage. Sa mémoire est immense et il n'est pas intelligent parce que malgré le progrès l'ordinateur n'est qu'une machine qui traduit la pensée humaine, donc il restera toujours dépendant de l'homme et des instructions que ces 3 derniers lui communiquent. Nous sommes toujours dans l'attente d'ordinateurs plus puissants pour un maximum de services et de convivialité.<sup>23</sup>

### **I.5.2. Les logiciels**

Un ordinateur sans programme n'est pas utilisable, il est nécessaire de lui donner des informations pour qu'il collabore, il faut d'abord lui expliquer ce qu'on attend de lui et ensuite lui donner les instructions pour agir. L'ensemble de ces instructions s'appelle programme, et l'ensemble des programmes dont on dispose sur un ordinateur s'appelle logiciel. Le programme doit être écrit dans un langage que l'ordinateur peut comprendre.<sup>24</sup>

### **I.5.3. Les réseaux de télécommunications**

Supprimant la notion d'espace et du temps, les réseaux de télécommunications couvrent le monde par des moyens filaires, fibres optiques, hertziens... Suivant leur couverture ils seront appelés :

- 1. Les LAN** (Local Area Network) qui correspondent par leur taille à des réseaux intra-entreprises. La distance de câblage est de quelques centaines de mètres.
- 2. Les MAN** (Métropolitain Area Network) : qui correspondent à une interconnexion de quelques bâtiments se trouvant dans une ville.
- 3. Les WAN** (Wild Area Network) : destinés à transporter des données à l'échelle d'un pays. Ces réseaux peuvent être terrestres (Utilisation d'infrastructure au niveau : câble, fibre, ...) ou satellite (Mise en place d'engins spatiaux pour retransmettre les signaux vers la terre).<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup><https://www.est-usmba.ac.ma/Alaoui/cours%20internet/CNTICSUP.pdf> , consulté le 19 juillet 2020 à 13h.

<sup>24</sup> Idem.

<sup>25</sup> Idem.

# **Chapitre I : Généralités sur les Techniques de l'Informations et de la communication**

---

## **I.5.4. Les puces intelligentes**

Afin de protéger les données, les entreprises et les consommateurs utilisent à présent des cartes à puces intelligentes dans plusieurs applications, à titre d'exemple les opérations bancaires, accès aux messageries électroniques, démarrage de l'ordinateur, consultation des messages téléphoniques. Si le niveau de sécurité requise est plus élevé, une carte à puce intelligente est probablement un meilleur choix. Une empreinte digitale peut facilement être sauvegardée dans la mémoire de la puce ce qui permettra une validation plus élaborée grâce à un lecteur avec biométrie. Lorsque l'employé présente sa carte au lecteur, il est aussi invité à présenter sa référence biométrique (empreinte digitale). Cette façon de faire permet de s'assurer que la personne qui présente la carte est bien la personne pour qui la carte a été émise. Selon le cas, l'accès sera approuvé ou refusé.<sup>26</sup>

## **I.6. Les différentes TIC**

Elles englobent l'internet, l'utilisation de l'e-mail, les technologies des télécommunications des satellites et des téléphones mobiles, les ordinateurs puissants et rapides (coût réduit), les systèmes d'informations dans la prise de décision, les réseaux nationaux et les banques d'informations, les liaisons électroniques (connexions) des banques de données de l'internet.

Il y a des technologies de réseaux c'est-à-dire des technologies qui permettent de diffuser, partager, utiliser l'information par l'ensemble des membres de l'organisation à savoir : l'intranet- l'extranet-ERP-Workflow

Son introduction aura un impact poussé sur les activités, la place et le rôle de la direction car elle modifie les situations individuelles et collectives de travailleur. Les TIC émergent la redistribution des missions (décentralisation, délocalisation) hors frontières de l'organisation, comme elles contribuent aussi à l'amélioration de la performance des ressources humaines de l'entreprise et l'efficacité des ressources humaines dans ses prestations aux structures quotidiennes.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> <https://www.est-usmba.ac.ma/Alaoui/cours%20internet/CNTICSUP.pdf>, consulté le 19 juillet 2020 à 13h.

<sup>27</sup> MAZEROLLE Fabrice, « L'impact des NTIC dans l'entreprise », le cas d'intranet, op.cit, P35.

# **Chapitre I : Généralités sur les Techniques de l'Informations et de la communication**

---

## **I.6.1.Internet:**

Il découle de l'évolution du projet Arpenet (initialisé en 1967) visant à relier les sites informatiques des universités et instituts de recherche travaillant pour le ministère de la défense des USA réseau robuste.<sup>28</sup>

Aujourd'hui c'est un ensemble ouvert de réseaux d'ordinateurs reliés entre eux à l'échelle de la planète qui à l'aide de logiciels basés sur le protocole TCP/IP, permet aux utilisateurs de communiquer entre eux et échanger de l'information. Inter pour interconnexion et net pour l'anglais network qui signifie réseau .L'internet et le net, c'est le réseau des réseaux informatiques, c'est le plus grand réseau informatique du monde, le réseau mondial.<sup>29</sup>

L'internet est un ensemble de réseaux numériques répondant à une même norme de transmission, le TCP/IP permet notamment le découpage des données numériques et leur envoi par paquets à destination d'un ordinateur, défini par une adresse machine, l'adresse IP ». <sup>30</sup> Internet est un réseau qui met à la disposition de ses utilisateurs un nombre important d'outils et de services pour mieux communiquer. On peut les classer comme suite :

## **I.6.2.La Messagerie électronique :**

Elle sert à envoyer et recevoir toute sorte de documents courrier professionnel, note de services graphique, courrier publicitaire. Il permet aussi de s'abonner à des revues électroniques. Il est vrai que la messagerie simplifie sérieusement les échanges sans pour autant nécessiter une réforme des structures en place .La facilité d'envoi de messages à plusieurs destinataires internes ou externe ne doit pas faire oublier les règles élémentaires de sécurité, à chaque message émis ,il est important de vérifier si tous les destinataires sont habilités de recevoir les informations ou pièces jointes transmises. La messagerie est devenue donc l'instrument de communication le plus utilisé dans les entreprises.

## **I.6.3.Forum (newsgroup) :**

Les forums sont un des lieux d'échanges thématiques fonctionnant en mode asynchrone. Une fois connectés, les utilisateurs lisent les messages existants, répondent s'ils le souhaitent ou posent à leur tour une question. La vie d'un forum est totalement dépendante de ses animateurs pour lancer ou recentrer les débats.

---

<sup>28</sup>RACHEDI Abdelkader, op cit, P96

<sup>29</sup>MAZEROLLE Fabrice, Op Cit, P38.

<sup>30</sup>Expression, définition des TIC,N°5,le 20 mars, consulté le 18juillet 2020 à 14h ,disponible sur le lien : <http://www.aps.dz/ar/pageview.asp>



## **Chapitre I : Généralités sur les Techniques de l'Informations et de la communication**

---

### **I.6.4.Chat ou IRC (Internet Relay Chat) :**

C'est un protocole de communication qui offre la possibilité à plusieurs personnes de créer des salons virtuels et temporaire afin de communiquer par écrit et en temps réel, c'est une des fonctions de base des outils de conférence à distance. Les sites d'IRC sur Internet proposent des salles thématiques où l'utilisateur est en parfait anonymat, caché derrière son Nick Name peut échanger avec d'autres personnes partageant les mêmes centres d'intérêts.

Pour mieux exprimer la personnalité, l'utilisateur peut se définir un personnage et utiliser des sons et des couleurs. Il peut aussi sélectionner un mode de conversation privée avec un seul interlocuteur.

### **I.6.5.L'Intranet:**

Intranet est la déclinaison de l'Internet à l'intérieur même de l'entreprise, chaque utilisateur équipé d'un navigateur standard peut accéder à des informations stockées sous forme de page web, échangées avec les autres membres de l'entreprise par messagerie, et participer à des forums interne. C'est un système de communication sécurisé car seuls les membres autorisés peuvent y accéder. Intranet est un nouvel axe de communication qui joue un rôle très important comme composant intégral des systèmes d'information. L'image de l'intranet est entrée dans les mœurs puisque depuis un poste connecté sur Internet l'utilisateur peut non seulement prendre connaissance des inévitables informations de la direction mais ainsi un accès direct à la gestion électronique des données pour consulter les documents de références. Cette application peut être utilisée chaque fois que des utilisateurs dispersés veulent partager des informations sous forme variée.<sup>31</sup>

### **I.6.6.L'extranet :**

L'extranet consiste à appliquer la technologie Internet aux relations de l'entreprise avec ses principaux clients et fournisseurs. Une simple connexion Internet suffit pour se connecter aux serveurs des entreprises partenaires. Une fois que le serveur identifie, il aura accès à l'ensemble des ressources mises à sa disposition par le partenaire, comme des services de messagerie e-mail, des pages d'information au format Web, des documents en téléchargement ou des forums. L'extranet est un dérivé naturel de l'organisation dans laquelle le client (prospect, fournisseurs, actionnaire, partenaire) est placé au centre. Il permet d'organiser l'information de manière efficace pour faciliter les relations et les transactions entre l'entreprise

---

<sup>31</sup><https://www.est-usmba.ac.ma/Alaoui/cours%20internet/CNTICSUP.pdf> consulté le 18 juillet 2020 à 15h.

## **Chapitre I : Généralités sur les Techniques de l'Informations et de la communication**

---

et une ou plusieurs catégories d'interlocuteurs. Les trois composantes Internet /intranet /extranet sont intimement liés. C'est une évidence parce qu'il n'aurait pas de succès du commerce sur Internet si intranet de l'entreprise n'est pas en place, et si l'extranet, son prolongement naturel ne s'insère pas dans une communauté professionnelle avec ses fournisseurs et ses partenaires.<sup>32</sup>

### **I.7.L'investissement dans les TIC :**

Les dirigeants, grâce à leurs formations ou à leurs ouvertures d'esprit, s'intéressent aux NTIC et cherchent à les utiliser pour redéfinir leurs positionnements stratégiques, leur produits et leurs organisations. Les applications dont effectuent ou suggèrent la mise en place sont multiples. Leurs résultats peuvent être toutefois visibles ou seulement attendus.

Cette première démarche typologique a été construite sans tenir compte de l'histoire de l'implantation des NTIC, dans les entreprises visitées. Or la diffusion de la seconde vague des NTIC, trente ans après que l'informatique ait fait son apparition dans les entreprises, ne peut plus être comparée à celle de l'informatisation des années 70.<sup>33</sup>

Les biens et les services des TIC (matériel et services informatiques, logiciel, équipement et services de télécommunications) peuvent être considérés comme des biens d'équipement au même titre que les autres, utilisés comme facteurs de production. Les entreprises s'équipent en effet en moyens informatiques (matériel et logiciels) et en moyens de communication.

Lorsqu'elles choisissent leurs facteurs de production, elles le font en fonction du prix relatif et la productivité marginale de ces facteurs. La progression des performances et la forte baisse des prix des TIC conduit donc naturellement à substituer les TIC à d'autres facteurs de production (d'autres équipements, la main-d'œuvre).0

L'investissement dans les technologies de l'information et de la communication a en effet considérablement progressé, des taux de croissances à deux chiffres entre 1980 et 2000 et représentant entre 10 et 20 de la formation brute de capitale fixe non résidentielle du secteur privé(hors dépenses de logiciels et services informatiques).La diffusion de ces technologies

---

<sup>32</sup> <https://www.est-usmba.ac.ma/Alaoui/cours%20internet/CNTICSUP.pdf> consulté le 18 juillet 2020 à 15h.

<sup>33</sup> BOUTARY Martine, NTIC et PME : des usages aux stratégies, 3<sup>ème</sup> édition, édition l'Harmattan, Paris, 2003, P64.

# **Chapitre I : Généralités sur les Techniques de l'Informations et de la communication**

---

s'est encore accélérée dans la seconde moitié des années 90, cet effort d'investissement s'est surtout concentré sur le secteur des services.<sup>34</sup>

## **Section02 : la relation entre les TIC et l'organisation**

L'introduction des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans les organisations a contribué à la mise en œuvre de pratiques organisationnelles innovantes soutenant le développement de logiques de travail plus horizontales, encourageant l'autonomie des employés, privilégiant les dynamiques collectives.

La relation entre les TIC et l'organisation ne cesse pas de se progresser à travers l'évolution de nouvelles technologies et l'évolution des besoins de l'organisation pour un meilleur accès aux informations de tout ordre pour l'ensemble du personnel de l'organisation et aussi le besoin du partage de ces informations, on veut donc réaliser une meilleure performance de l'organisation.

La manière de la circulation et le traitement des flux de l'information est selon les types de technologies mis en œuvre, interviennent sur les mécanismes qui coordonnent les unités des organisations.<sup>35</sup>

### **II.1. Les TIC influencent l'organisation**

La relation entre les TIC et l'organisation s'est longtemps caractérisée par une forte dépendance. En effet, les découvertes à termes des travaux de Joan Woodward (1965) le prouvent. Pour Woodward le système technique de production dans les usines à une influence particulière sur l'organisation.

Cette relation d'influence des TIC et de l'organisation vient se confirmer avec la « théorie de la contingence ». Effectivement, la forte évolution que connaît la production des technologies informatiques est un paramètre de contingence analogue sur les organisations, Pour certains, c'est là précisément un critère d'influence sur la réussite de certaines entreprises.

---

<sup>34</sup>Jacquet, Pierre, Nouvelle économie : du virtuel au réel,Ed Donud,P38.Le site des sciences économiques et sociales, consulté le 19 juillet 2020 à 16h,disponible sur le lien : [www.melchior.fr/L-investissement-dans-les-NTIC.2287.0.html](http://www.melchior.fr/L-investissement-dans-les-NTIC.2287.0.html).

<sup>35</sup> Sylvie Grosjean, Luc Bonneville. Dans Revue française de gestion 2007/3 (n° 172), pages 145 à 157 disponible sur le lien <https://www.cairn.info/publications-de-Sylvie-Grosjean--18614.html>

## **Chapitre I : Généralités sur les Techniques de l'Informations et de la communication**

---

En effet, aujourd'hui à l'ère des technologies il est presque impossible de concevoir un système d'information au sein d'une entreprise sans qu'il influe à un moment ou à un autre sur le fonctionnement, la répartition des tâches et les responsabilités entre les différents départements ou secteurs de l'organisation<sup>36</sup>.

De plus, les informaticiens, responsables de la mise en œuvre des applications, ont eu une attitude inverse. Ils ont toujours affirmé être capables de répondre aux besoins de l'entreprise, quels que soient ces besoins en matière de systèmes d'information. Les « méthodes » de conception des systèmes d'information ne posent aucun pré requis de type

Organisationnel. « Information System do not cause structural changes ». Ainsi la technologie est un « outil » et en aucun cas une contrainte. Cependant ces méthodes privilégient implicitement le formel parce qu'il est plus facile à décrire. En conséquence elles privilégient une conception mécanique de l'organisation.<sup>37</sup>

La perspective du déterminisme technologique adoptée à l'origine par les théoriciens des organisations tente de mettre en évidence des facteurs généraux susceptibles d'expliquer la nature et l'étendue des changements observés dans les organisations. Selon cette perspective, dans les modèles proposés, les technologies sont une variable indépendante motrice, les modalités du changement observé dans l'organisation sont une variable expliquée dans la figure ci-dessous :

---

<sup>36</sup>PEAUCELLE, J L « La malléabilité organisationnelle des TIC », Revue française de gestion, n°172,2007, p56.

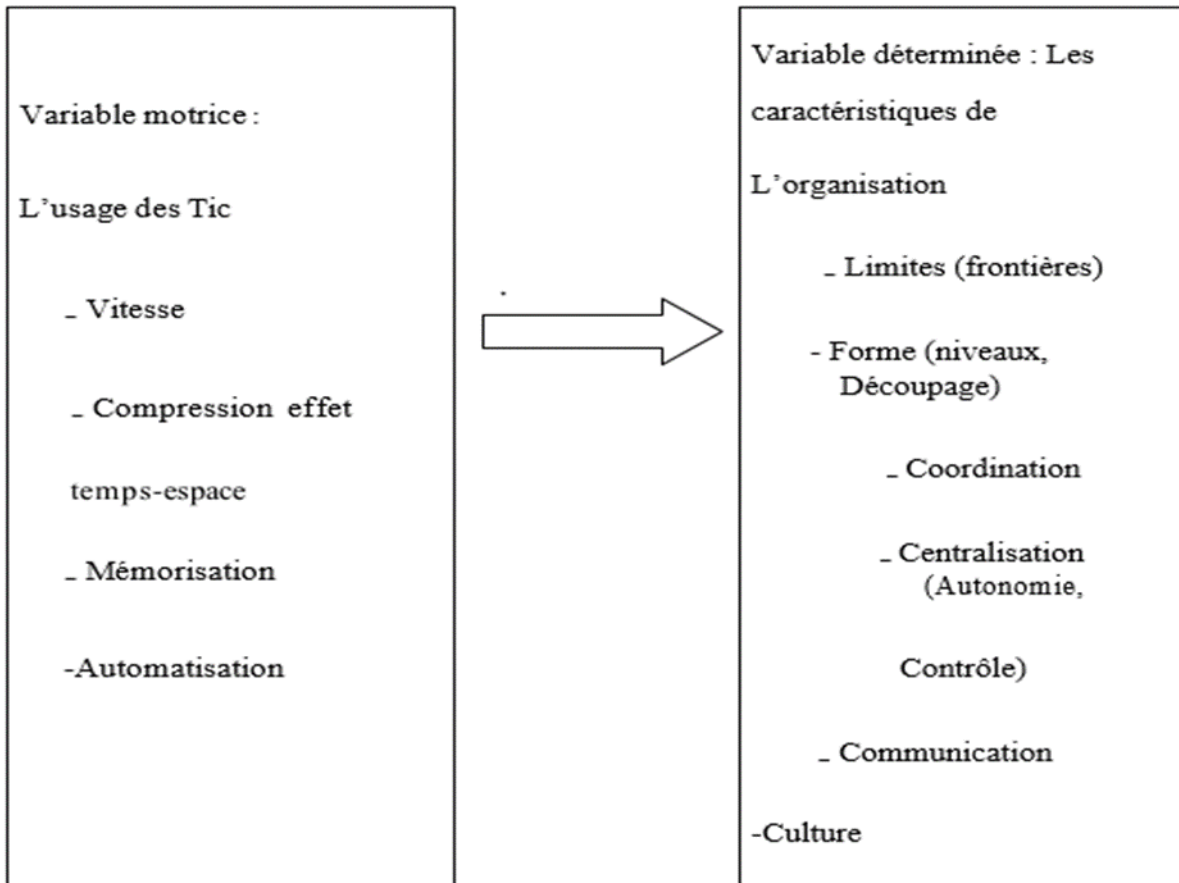
<sup>37</sup>REIX, R, changements organisationnels et technologies de l'information, Conférence à l'Université Saint- Joseph, Beyrouth, Liban,28/10/2002,p5.

## Chapitre I : Généralités sur les Techniques de l'Informations et de la communication

---

Figure02 : Le déterminisme technologique L'usage TIC a des effets systématiques

Source : REIX, R, op cit.p4



## **II.2. L'organisation influence les TIC**

Au départ du processus, les caractéristiques de l'organisation apparaissent comme une contrainte à l'introduction des TIC. Les TIC sont en effet introduits dans les organisations existantes pour en améliorer les procédures : on ne structure pas des organisations pour introduire des technologies mais on introduit des technologies pour améliorer l'efficacité des organisations, sachant que les caractéristiques de celles-ci sont, toutes choses égales par ailleurs, principalement déterminées par la nature de leur activité et de leur environnement.

La diffusion des technologies dépend donc des caractéristiques des organisations dans lesquelles elles sont utilisées. Ces caractéristiques constituent les conditions initiales du processus de coévolution des TIC et des organisations. Elles pèsent ensuite sur les trajectoires du processus.<sup>38</sup>

La perspective de l'ingénierie organisationnelle orientée vers l'action, les technologies de l'information sont un moyen au service des objectifs de changement organisationnels : elles en sont le support et, éventuellement, le déclencheur. Nous sommes ici dans la logique du changement téléologique qui privilégie des objectifs organisationnels (efficacité, efficacité, flexibilité...).<sup>39</sup>

## **II.3. L'interaction entre l'organisation et TIC :**

La liaison entre technologie et organisation est donc compliquée parce qu'au moment même où on pense l'avoir évacuée, elle resurgit sous une autre forme. Pour y voir plus clair, on examine d'abord les différents aspects de l'organisation qui seraient modifiés ou contraints par la technologie. On s'aperçoit que les études empiriques sont peu convaincantes. La théorie que les TIC, en elles-mêmes, contraignent l'organisation ne paraît pas établie. À l'inverse, on connaît des applications informatiques fortement cohérentes avec certains choix organisationnels. Mais alors, il existe aussi d'autres applications confortant les options inverses.

La dépendance n'existe pas au niveau des technologies en général mais il y a une consonance entre les applications et certains modes de fonctionnement de l'entreprise. Ce sont

---

<sup>38</sup>BROUSEAU, E, RALLET, in Guillon B., Huard P, Oreillard M. & Zimmerman J.B., (es), Economie de la Connaissance et Organisation; Entreprises, territoires, réseaux, L'Harmattan, Paris, 1997, p2-3.

<sup>39</sup>REIX, R, op cit.p4

## **Chapitre I : Généralités sur les Techniques de l'Informations et de la communication**

---

les logiciels adaptés aux entreprises et dépendant des choix de leurs membres qui constituent une contrainte organisationnelle, Les TIC, de plus en plus multiformes, permettent tous les choix. Elles sont malléables aux configurations structurelles et répondent à tous les projets organisationnels.

Cependant l'informatique est un formidable outil pour appliquer les règles. Or il existe une théorie de l'organisation, désignée par le vocable de « bureaucratie », qui considère l'entreprise comme un lieu d'application de règles. Les applications informatiques qui ont comme but d'appliquer des règles évoluent vers un fonctionnement autonome qu'on pourrait désigner sous le nom de « robot administratif ». Loin d'être des contraintes, ces systèmes d'information donnent une liberté à l'entreprise de choisir la configuration structurelle qui correspond le mieux à son environnement.<sup>40</sup>

De nombreuses recherches se sont précisément penchées sur les liens entre technologie et organisation mettant en avant des résultats contradictoires. En effet, le rapport entre la technologie et l'organisation semble être complexe et contingent caractérisé par un double déterminisme technologique et social à l'origine de configurations technico-organisationnelles spécifiques (Le couple technologie-organisation semble, de plus en plus, s'interconnecter et s'articuler dans un rapport de codétermination complexe (Friedmann & Neville, 1961, 1962 ; Neville, 1963).

D'une approche déterministe à une approche interactionniste du couple TIC-organisation de nombreuses recherches mettent en avant le fait que les technologies de l'information et de la communication réduisent les niveaux hiérarchiques (Livia 1998) ainsi que le nombre de cadres notamment intermédiaires (Huber, 1990) dans l'organisation du fait d'un meilleur accès à l'information. Pinsonneault (1992), Remix (1998) et Drucker (1999) considèrent ainsi que les TIC permettent aux dirigeants de communiquer directement avec le personnel sans recourir aux niveaux intermédiaires. Les TIC contribueraient de ce fait à une réduction des niveaux hiérarchiques et à un fonctionnement plus transversal et moins contrôlé des organisations, Les TIC favorisent ainsi le partage d'information ainsi que des pratiques managériales transversales et coopératives (Cohendet, 1999). En effet, la circulation et le

---

<sup>40</sup>PEAUCELLE, J L , op.cit, p-106.

## **Chapitre I : Généralités sur les Techniques de l'Informations et de la communication**

---

partage de l'information s'intensifieront avec l'introduction des TIC en dehors du strict cadre hiérarchique formel (Josserand & Isaac 2002). (Josserand & Isaac, 2002).<sup>41</sup>

Il y a interaction entre solutions technologiques et solutions organisationnelles : les unes ne vont pas sans les autres, les entreprises qui l'oublient le payent très cher. De ce fait, l'entreprise doit gérer un nombre toujours plus important de données pour s'informer.<sup>42</sup>

### **Conclusion du chapitre**

Aujourd'hui les TIC ont bouleversé notre vie quotidienne, mettant l'accent sur les différentes transformations que ces technologies induisent dans plusieurs domaines, elles sont considérées le moteur de la croissance économique.

Les TIC rendent possible et nécessaire la mise en œuvre de nouvelles formes d'organisation et de management des entreprises, l'introduction des NTIC améliore la circulation de l'information en interne et amène à une coordination entre les différents niveaux de la hiérarchie plus efficace, la mise en œuvre de ces NTIC répond à une logique assez comparable à celles qui a prévalu pour le déploiement des systèmes d'information, notamment elles facilitent les rapports entre les cadres et les collaborateurs par la rapidité de la transmission des informations par ces différents types, les TIC influencent à la fois le travail lui-même, les modes de management, les pratiques professionnelles, les métiers, les structures organisationnelles mais aussi le fonctionnement des entreprises et les modes de communication interne et externe. Elles permettent pour les systèmes d'information d'améliorer l'efficacité de la prise de décision et facilitent la communication interne pour l'entreprise à travers ses différents outils, par exemple la technologie de l'intranet, ce qu'on va développer dans les présents chapitres.

Les TIC sont des outils qui peuvent être d'une grande aide pour une entreprise, cependant il faut faire attention à l'information que nous entrons dans les logiciels parce que la mauvaise gestion des NTIC peut entraîner à des situations délicates pour l'entreprise.

---

<sup>41</sup>Bessem Boubaker, Karim Said, Les implications managériales de l'utilisation des TIC dans le secteur hôtelier : le cas du groupe ACCOR, revue gestion 2000/2011.p4-5

<sup>42</sup>Selon LIVIAN, Y. F. (2001)52 F, BEZER, P, [et al] (2003). - Association nationale des directeurs et cadres de la fonction personnel.- France : Revue personne.- Vol 15.- p. 46.



**Chapitre II :**  
**Notions sur la communication interne de  
l'entreprise et de l'intranet**

## **Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet**

---

L'évolution des besoins des directions de certaines entreprises de transmettre, partager et diffuser l'information à leurs salariés, incitent l'entreprise à adopter une communication interne comme une réponse à ces besoins.

L'entreprise développe de nouvelles technologies de la communication comme l'intranet qui se trouve au service interne de l'entreprise.

Dans ce présent chapitre, nous allons cerner notre volet conceptuel de notre travail de recherche, en mettant l'accent sur quelques concepts clés auxquels nous aurons besoins de définir lors notre étude théorique, pour cela notre premier chapitre constitue deux sections essentiels : dans la première section nous allons concentrer sur la présentation de la communication interne, ensuite la deuxième section, focalise sur l'intranet, outil de communication interne pour l'entreprise, dont on va expliquer le lien de l'intranet comme un outil des TIC avec la communication interne.

### **Section01 : La notion de la communication interne au sein de l'entreprise**

La communication interne est une discipline exigeante nécessaire dans chaque entreprise, elle est envisagée au service de la stratégie des entreprises et des organisations, elle se compose d'un ensemble d'informations qui constituent le système global d'organisation, cette communication vise l'échange d'informationnel entre ses collaborateurs.

On commence cette section par un bref historique sur la communication interne, définition de la communication interne, ses outils, ses fonctions, ses types, ses principes et on termine par ses objectifs.

#### **I.1.Historique de la communication interne**

Les premiers pas de la communication interne apparaissent avec l'avènement de l'ère industrielle et le besoin des directions de certaines entreprises de transmettre des consignes et des informations à leurs salariés.

Les moyens de communication interne ont connu une évolution croissante depuis leurs apparitions. Au début des années 90, les séminaires, les « inventives d'action et d'aventure » étaient particulièrement appréciés.

## **Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet**

---

Cependant la communication événementielle interne est en léger déclin vers la fin du 20<sup>ème</sup> siècle. Il faut alors attendre l'automne 1996, période pendant laquelle les entreprises françaises se lancent dans l'intranet.<sup>43</sup>

L'évolution de la communication interne n'a pas été linéaire. Vingt ans, elle s'est construite à la faveur de différentes strates que l'on peut classer à travers de trois grandes étapes distinctes, correspondant chacune à des évolutions managériales importantes des entreprises. De l'éducation à la coopération ou de l'information interne aux partages des savoirs, la communication interne a fait ses propres révolutions.<sup>44</sup>

### **I.1.1.L'éducation : la communication interne explique l'entreprise :**

Au début des années 80, les Français redécouvrent l'entreprise et surtout font « la paix » avec elle. La communication interne se contente alors simplement de décrire les rouages de l'entreprise. On s'intéresse à l'outil productif, au marketing, à l'informatique, aux nouveaux métiers qui font « marcher » l'économie. Les plans de communication sont quasiment structurés sur les différentes fonctions et organisés comme un organigramme.

C'est également l'époque où la direction du personnel mute vers la notion, plus large, de direction des ressources humaines ». On ne gère plus le personnel mais des individualités, des talents, des parcours, des carrières. Le profil des responsables RH change également.<sup>45</sup>

### **I.1.2. La motivation : la communication interne façonne une image :**

Dans les années 90, les stratégies et les dispositifs de communication mutent et s'affinent, en 1992, seuls 13% des services de communications internes des entreprises ont plus de deux ans d'ancienneté. Néanmoins, la fonction communication interne est définitivement reconnue.

C'est aussi l'époque de ce que Robert Texier-Guichard et Daniel Chaise, appellent « la communication interne » avec sa « boîte à outils, sans fond », constat-ils, « que l'on n'arrive plus à la refermer, journaux internes, lettre d'information, magazine papier ou vidéo, revue de presse, affichage lumineux, séminaire, réunions en tout genre ». <sup>46</sup>

---

<sup>43</sup> DURAN Anthony, DARTIGUES Stéphan et ROCHE Gaëtan, Université de Perpignan Via Domitiani Institut Jacques Maillot, 2005, P35.

<sup>44</sup> RENCKER, E. Le nouveau visage de la communication interne, Edition, EYROLLES, Paris, 2008, P8.

<sup>45</sup> Idem, P10.

<sup>46</sup> Idem, P11.

## **Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet**

---

### **I.1.3. La coopération : la communication comme facteur d'équilibre :**

Avec les années 2000, on passe à la maturité. En termes d'outils, la palette et les dispositifs de communication interne s'affinent et s'adaptent au différent public, se segmentent en fonctions des objectifs. Dans ses expressions, la communication interne est enfin « mature ». Analyser des marchés (de plus en plus complexes et mondialisés), décodage de mutations (technologiques, organisationnelles et humaines), question sur le gouvernement d'entreprise, statut du salarié actionnaire, décryptage d'organisation de plus en plus sophistiqué, la communication interne explique moins l'entreprise qu'elle tente de faire comprendre les raisons du changement qui l'affectent.

La communication interne se découvre également une nouvelle vertu : celle d'accompagner l'indispensable passage d'une compétence individuelle à une compétence collective. Car, comme le souligne Jean-François Claude, « La production de l'inédit (la créativité) procède désormais d'une combinaison de compétence. (..) Se sont les valeurs partagées qui, entre autres, permettent à des collaborateurs de considérer que les situations de travail sont suffisamment légitimes pour les engager à coopérer dans un esprit constructif ».<sup>47</sup>

### **I.2. Définition du concept de la communication interne**

Selon J. LENDREVIE A. De Bayent : « Toute communication, quelle que soit sa forme, son objet, commercial ou non, fonctionne comme un système reliant un émetteur à un ou plusieurs récepteurs. »<sup>48</sup>

Quelle que soit la taille de l'entreprise, il s'agit de rapprocher les dirigeants et les salariés, exposer des résultats, transmettre des informations et les décisions les plus pertinentes possible, expliquer une nouvelle orientation, motiver les collaborateurs et répondre à leurs attentes en matière d'information et rassembler les acteurs autour d'un projet d'entreprise, elle est destinée à obtenir l'adhésion des membres aux objectifs de celle-ci.

---

<sup>47</sup> RENCKER, E, op.cit, P13.

<sup>48</sup> LENDREVIE.J, BAYNEST.A, « publication », 6<sup>ème</sup> édition, édition Dalloz, 2004, P3

## **Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet**

---

On peut trouver plusieurs définitions de la communication interne à travers la littérature celle-ci est l'ensemble parmi elles :

Selon Claude DUTERME « qu'elle se réfère de plus en plus ces dernières années à une dimension plus construite, une action volontaire au sein de l'entreprise, la gestion de l'information et dans sa version la plus élaborée la recherche de consensus autour de ce qu'on appelle la culture d'entreprise ». <sup>49</sup>

A travers ces définitions, et ce qui procède, nous pouvons dire que la communication interne a pour rôle de gérer de manière optimale le couple demande/offre d'information dans l'organisation, encourager les compétences d'écoute, participe à la construction d'une image unifiée et positive de l'entreprise. En autre termes, Sans une véridique communication interne, l'organisation se transforme en champs libre des rumeurs, parfois incontrôlables et nuisibles.

### **I.3. Les outils de la communication interne**

#### **I.3.1 Les moyens écrits :**

L'écrit a longtemps été le point de focalisation des critiques envers les communications internes, aujourd'hui cette critique s'est déplacée principalement vers les messageries électroniques mais le rôle de l'écrit papier est important même s'il a tendance à ne plus se concrétiser que sous la forme du journal interne. <sup>50</sup>

A l'inverse, malgré ses remises en causes, il n'y a pas de solutions à un problème de communication interne qui ne passe par l'écrit. Celui-ci présente particulièrement depuis la généralisation de la messagerie électronique et de l'intranet vers la fin des années 90, les avantages de sa souplesse, de sa rapidité de mise en œuvre, de sa capacité de conservation, de son traitement individuel. Celle-ci consiste dans un coefficient de crédibilité plus important qu'à l'oral, il faut noter que les approches orales et écrits sont complémentaires, trouver parmi ces moyens écrits. <sup>51</sup>

---

<sup>49</sup>DUTERME, C, La communication interne entreprise : l'Approche de Palot Alto et l'analyse des organisations, Editions De Boeck Université, 2002, P.9.

<sup>50</sup>DUTERME, C, op.cit, P32.

<sup>51</sup> Idem, P33.

## Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet

---

### I.3.1.1. Le journal d'entreprise :

Le journal d'entreprise consiste l'un des éléments majeurs de la communication interne au point qu'il se confond par -fois avec elle, il est conçu comme un vecteur d'information vers les salariés, il permet aussi une parfaite maîtrise du contenu rédactionnel, outil souple et contrôlable, selon une étude de l'association communication et entreprise 94 % des entreprises de plus de 1000 salariés possèdent un journal d'entreprise.<sup>52</sup>

### I.3.1.2. Les outils traditionnels :

Ils sont constitués de l'ensemble des moyens édités sur support papier, on peut les trouver comme suite :

- **La revue de presse :** la revue de presse est la diffusion organisée en interne des articles parus dans la presse externe concernant l'entreprise, il se décompose en un objectif d'information et de mobilisation. Le premier but recherché est celui d'informer les salariés des opérations de l'entreprise ayant eu un retentissement médiatique et le deuxième objectif participe de la continuité interne et externe en ce qui permet de mobiliser l'interne par la mise en évidence du champ d'action externe de l'entreprise. La revue de presse contribue ainsi à sensibiliser les salariés à l'ensemble de l'activité de l'entreprise, elle leur procure une ouverture sur les enjeux de celle-ci. En ce sens la revue de presse est un élément de mobilisation et de décloisonnement.<sup>53</sup>
- **La note de service :** La note de service a longtemps été quantitativement le premier outil de communication dans l'entreprise. Sa distribution traditionnelle sous forme papier est désormais supplantée par la messagerie électronique mais reste parfois une vigne afin de marquer une importance particulière conférée à ce type de document.<sup>54</sup>
- **La documentation :** Elle constitue l'ensemble des informations relatives aux activités de l'entreprise et peut être communiquée de trois manières aux salariés : par un espace adapté, par une circulation de l'information, par un envoi direct au salarié.<sup>55</sup>

---

<sup>52</sup>ALMEIDA N, LIBAERT T, op.cit, P4.

<sup>53</sup> Idem, P50.

<sup>54</sup>ALMEIDA N, LIBAERT T, op.cit., P45.

<sup>55</sup>Idem, P46.

## Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet

---

- **Panneau d'affichage** : parent pauvre de la communication interne, l'affichage est souvent réduit au minimum indispensable de la législation sociale relative au droit d'expression des salariés et à l'affichage des délibérations des instances représentatives. Bien géré, l'outil présente de nombreux avantages. Le panneau est un moyen d'information qui permet de prévenir, sensibiliser ou d'informer les salariés d'une entreprise.<sup>56</sup>
- **La boîte à idées** : Matérialisée par une urne dans laquelle les salariés peuvent introduire leur suggestion ou interrogation, la boîte à idées constitue une des techniques les plus anciennes, les plus souples et les moins onéreuses de communication ascendante.<sup>57</sup>

### I.3.2. Les moyens oraux :

#### I.3.2.1. L'entretien individuel :

Organisé sur une base annuelle dans plus de 80% des entreprises françaises, il répond à un objectif d'évaluation de chacun dans son activité et de positionnement au sein d'un plan de carrière.<sup>58</sup>

#### I.3.2.2. La gestion des réunions :

Leur finalité première réside dans l'échange d'informations techniques en vue d'un objectif d'atteindre des résultats, les réunions de services restent un outil essentiel de communication, ne serait-ce qu'en raison de leur importance quotidienne.<sup>59</sup>

#### I.3.2.3. La téléconférence :

Consiste en une réunion téléphonique, où chacun compose un numéro d'appel et entre en connexion avec les autres participants.

#### I.3.2.4. Le forum électronique :

Souvent complémentaire de la téléconférence, le forum électronique permet un échange interactif total puisqu'il offre la possibilité d'envoyer instantanément tout document utile sur lequel chacun peut inscrire ses observations.<sup>60</sup>

---

<sup>56</sup>ALMEIDA N, LIBAERT T, op.cit., P48..

<sup>57</sup>Idem, P50.

<sup>58</sup>Idem, P55.

<sup>59</sup>Idem, P57.

<sup>60</sup>Idem, P66.

## Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet

---

### I.3.3. Les supports techniques

#### I.3.3.1. Le journal électronique :

Il se décompose en deux techniques : celle du panneau lumineux d'information, spécialement conçu pour messages d'entreprise, et celle du journal vidéotex dont les messages se déroulent sur des moniteurs de télévision, Il s'agit de délivrer des informations brèves.<sup>61</sup>

#### I.3.3.2. L'agence d'information :

Est née au début des années 1980 dans les entreprises possédant de multiples implantations. Elle procède de la nécessité d'améliorer la rapidité de diffusion des informations et de coordonner celles-ci autour de certains axes. De fait elle participe autant d'une politique d'information que de cohésion, elle est destinée aux grandes entreprises à réseau disposant d'une actualité importante.<sup>62</sup>

Le journal électronique et l'agence d'information sont des outils traditionnels.

#### I.3.3.3. l'intranet et la communication électronique

Sont définies comme l'ensemble des informations diffusable informatiquement, par exemple elles comprennent les formules d'intranet : banque de données interne à l'entreprise offrant à l'exemple des serveurs internet la possibilité d'échange et de dialogue. Ses applications sont multiples. La communication électronique reste une communication écrite dont le support et les modalités d'écritures changent.<sup>63</sup>

### I.4. Les fonctions de la communication interne

Aujourd'hui, trois axes majeurs constituent les fonctions initiales de la communication interne :

64

- **La fonction repère :** Intègre l'ensemble des données permettant de mieux comprendre l'entreprise, son organisation, sa structure, ses marchés, son environnement. Il s'agit de donner des clefs aux salariés pour mieux appréhender leurs missions.

---

<sup>61</sup>ALMEIDA N, LIBAERT T, op.cit., P63.

<sup>62</sup>RENCKER, E, op.cit, P64.

<sup>63</sup>Idem, P66.

<sup>64</sup>Idem, P63.



## Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet

---

- **La fonction miroir** : Sa concrétise au niveau individuel par la reconnaissance dont ont gratifie l'individu. La reconnaissance est un moteur pour le collaborateur. La réponse à ce besoin se matérialise de différentes façons et divers degrés : prise en compte de ses remarques et ses contributions, félicitation ou encouragements
- **La fonction boussole** : Quant à elle, donne la direction, précise ou doit aller l'entreprise, en décrit les enjeux, les défis, souligne les efforts à accomplir, le chemin à parcourir, les étapes-clefs.

### I.5.les types de la communication

Une bonne communication interne doit obligatoirement revêtir trois formes :

#### I.5.1. La communication descendante (hiérarchique) :

Elle est par nature celle qui part du haut de la pyramide hiérarchique pour parvenir aux employés en passant par les cadres. Sa fonction première indispensable est la diffusion des informations règlementaires. Cette communication est le plus souvent du ressort de la direction des ressources humaines, ce qui justifier qu'avant tout elle doit respecter les règles des droits du travail, la présence de délégués syndicaux et de membres de comité d'entreprise.

Pour donner aux salariés le sentiment d'être pris en considération et la possibilité de se situer dans l'entreprise, la présence de la communication descendante est obligatoire comme un moyen d'information objectif à leur service, ainsi pour limiter le risque de circulation de bruit et de rumeurs.<sup>65</sup>

#### I.5.2 La communication ascendante (ou salariale) :

Elle prend le chemin inverse, c'est-à-dire laissant l'information remonter du bas vers le haut, permet aux salariés la possibilité de s'exprimer dans un cadre formel, et renseigner la hiérarchie par des interrogations, Elle répond à quatre objectifs principaux : enquêter, détecter, stimuler et influencer.<sup>66</sup>

#### I.5.3. La communication transversale (latérale) :

C'est parfois à l'occasion de réunion fortuite, de circonstance conviviale, voir festives et informelles que les échanges les plus riches se produisent. Toutes les occasions que l'on offrir aux salariés de se rencontrer, de dialoguer librement et tous les lieux que l'on met à leur

---

<sup>65</sup>Philippe Morel, Communication d'entreprise stratégie et techniques, 1ère édition, 2015, P61.

<sup>66</sup>Idem, P62.

## **Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet**

---

disposition favorisant les échanges et seront susceptible de créer un bon climat, c'est un échange d'égal à égale, entre différents secteurs, services ou départements.<sup>67</sup>

### **I.6. Les principes de la communication interne**

La réussite et le bon fonctionnement d'une entreprise en matière de communication interne, ainsi que, les réalisations de ses objectifs définis, ne dépend pas seulement des moyens matériels, ni de la stratégie mise en place, mais aussi de respect des différents principes.<sup>68</sup>

#### **I.6.1. La volonté exprimée de la part du responsable :**

Les responsables doivent avoir la volonté de construire une structure responsable, simple et efficace, la plus simple structure est toujours efficace avec un budget permettant d'honorer le plan d'action.

#### **I.6.2. La transparence :**

Choisir un moment opportun pour communiquer entre les responsables et les employés pour éviter tout malentendu et conflits et à fin qu'il ait y transparence dans les relations de travail qui unissent les dirigeants et les employés.

Notre communication est très transparente tout en tenant compte le bien entendu. La transparence élimine les problèmes au sein de l'entreprise entre les responsables et les employés par la communication.

#### **I.6.3. La clarté**

Clarté est à considérer dans deux sens : celui de l'émetteur des messages et celui de récepteur de ces informations.

Les messages transmis doivent être claires dans toute entreprise, dont on trouve des différentes catégories de personnes. Le but c'est de parler clairement et de façon simple et aussi expliciter les idées et les rendre accessibles.

---

<sup>67</sup>Idem, P63.

<sup>68</sup>Philippe, MOREL, la communication interne, 2eme édition, Vuibert, 2002, p97.

## **Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet**

---

### **I.6.4. La rapidité**

Il est utile de transmettre les informations liées à l'entreprise aux destinataires qu'elle que soit leurs natures dans les brefs délais, en vue d'éviter tout malentendu, remueurs et la circulation des messages mal transmis, parce que les employés reçoivent des informations par l'extérieur, par tous les moyens ont toujours une réaction négative.

### **I.6.5. Le long terme**

Les responsables d'entreprise doivent avoir une vision stratégique à long terme, dans un environnement qui évolue dans le temps.

## **I.7. Les objectifs de la communication**

La communication a pour objectif informer, impliquer et motiver, fédérer et animer la vie organisationnelle.

### **A) Informer :**

Informer c'est transmettre et faire circuler l'information, qu'elle que soit d'ordre décisionnel, opérationnel ou général, l'objectivité de l'information (prévision, budget, programmes, contrôles) est une condition absolue, elle implique des instruments de mesure suffisamment élaboré et pose aussi la question de « la vieille technologie », ou comment faire circuler l'information sans trahir les secrets dans un contexte économique de plus en plus Concurrentielle.<sup>69</sup>

### **B) Impliquer et motiver :**

Il s'agit de développer les sentiments d'appartenance, de créer un esprit d'entreprise d'entretenir un climat de confiance et d'estime de permettre au salarié de s'accomplir, de ce développer dans son travail.<sup>70</sup>

---

<sup>69</sup>Aldosa Nathalie, MONIQUE le Bihan, MONIN Martine, Information, Communication, Organisation BTS assistant de gestion de PME et de PMI, 2eme édition, édition BREAL, 2003, P54.

<sup>70</sup>Ibid, P54.

## Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet

---

### C) Fédérer :

Rassembler les salariés autour de valeurs communes et d'un projet et d'un objectif que toute organisation devrait poursuivre, faire comprendre la stratégie de l'entreprise et y faire adhérer le personnel sont aujourd'hui essentiels à la performance économique.<sup>71</sup>

### D) Animer la vie organisationnelle :

En mettant en relation l'individu, le groupe et l'organisation, la communication interne crée une animation en engendrant des flux d'informations et en développant l'échange au quotidien entre les différents acteurs de l'organisation ce qui permet d'éviter le phénomène de routine de stagnation qui agissent négativement sur la productivité individuelle et collective, selon Nicole d'Almeida et Thierry LIBAERT «la communication interne accompagne le projet socio-économique de l'entreprise dont elle présente les objectifs réels».<sup>72</sup> Trois objectifs essentiels peuvent être assignés à la communication interne :

- La diffusion d'une information pertinente permettant à chacun de comprendre l'entreprise, de s'adapter en permanence aux aléas, d'être autonome et efficace à son poste de travail.
- L'échange, l'enrichissement réciproque, la coordination et l'interactivité entre personnes ou entités.
- Enfin l'adhésion à une ambition, des valeurs, des projets communes et la solidarité de tous.<sup>73</sup>

## I.8. La place et le rôle de la communication interne dans l'entreprise

### I.8.1. La place de la communication interne

Elle est l'une des composantes du système global d'organisation des flux d'informations et des échanges. Les cibles de la communication interne sont l'ensemble des personnes qui contribuent en interne à l'activité de l'organisation : personnel, salariés, bénévoles, stagiaires.<sup>74</sup>

---

<sup>71</sup>MALAVAL Philippe, DECAUDIN Jean-Marc et BENAROYA Christophe, Pen ta com. (communication corporate, interne, financière, marketing b-to-c et b-to-b, 3eme éd Pearson, Paris, 2012, p 52.

<sup>72</sup>Nicole D, Almeida Thierry Li baret, Op cite, P29.

<sup>73</sup>Philippe Détire, Catherine Broyer, op cite, P31.

<sup>74</sup>ERIC Bizot, Marie-Hélène Chimisanas, Jean Piau, La Communication, 2eme édition, édition DUNOD, Paris, 2012, P5.

## **Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet**

---

### **I.8.2. Le rôle de la communication interne**

Elle accompagne le projet socio-économique de l'organisation, elle en présente les objectifs, en explique les modalités au personnel par des supports d'informations adaptés mais elle doit aussi :

- Apporter un appui opérationnel aux managers dans son rôle d'information d'écoute et de dialogue.
- Elle les aide à concevoir et mettre en œuvre des plans de communication et leur propose des outils.
- Elaborer la politique d'information interne et on pilote la réalisation. Elle fait circuler l'information.
- Développer une dynamique collective et une appartenance à l'organisation, elle fait vivre et évaluer la culture commune.
- Enfin écouter le corps social, et recueille de l'information formelle (études, questionnaires) et informelle qui lui permet d'établir un diagnostic et de formuler des recommandations.<sup>75</sup>

## **Section02 : L'intranet un outil de communication interne pour l'entreprise**

### **II.1. Historique de l'intranet**

L'intranet est né de souci des chercheurs à disposer d'un réseau qui n'était pas en concurrence avec le grand public et donc un réseau qui n'était pas encombré par des utilisateurs.<sup>76</sup>

Les intranets ont commencé à fleurir dans les entreprises il y a une vingtaine d'années. Malgré leur histoire récente, ils ont évolué rapidement et continuent d'évoluer du fait de la révolution quasi permanente des technologies informatiques (voir figure 01).<sup>77</sup>

Le développement d'un intranet favorise les activités informationnelles au sein de l'entreprise en raison de l'efficacité avec laquelle les différentes données sont traitées et peuvent être intégrées. C'est donc un outil incontournable pour les professionnels de l'information et de

---

<sup>75</sup> Idem, P6.

<sup>76</sup><https://www.resoo.org/docs/reseau/tcp-ip.pdf> , consulté le 16 mars/2020 à 16h.

<sup>77</sup>BEUNCHEZ, V, Aide à la maîtrise d'ouvrage d'un intranet et anticipation du changement sur le travail quotidien des collaborateurs, mémoire de fin de cycle, Paris : CNAM ,2011

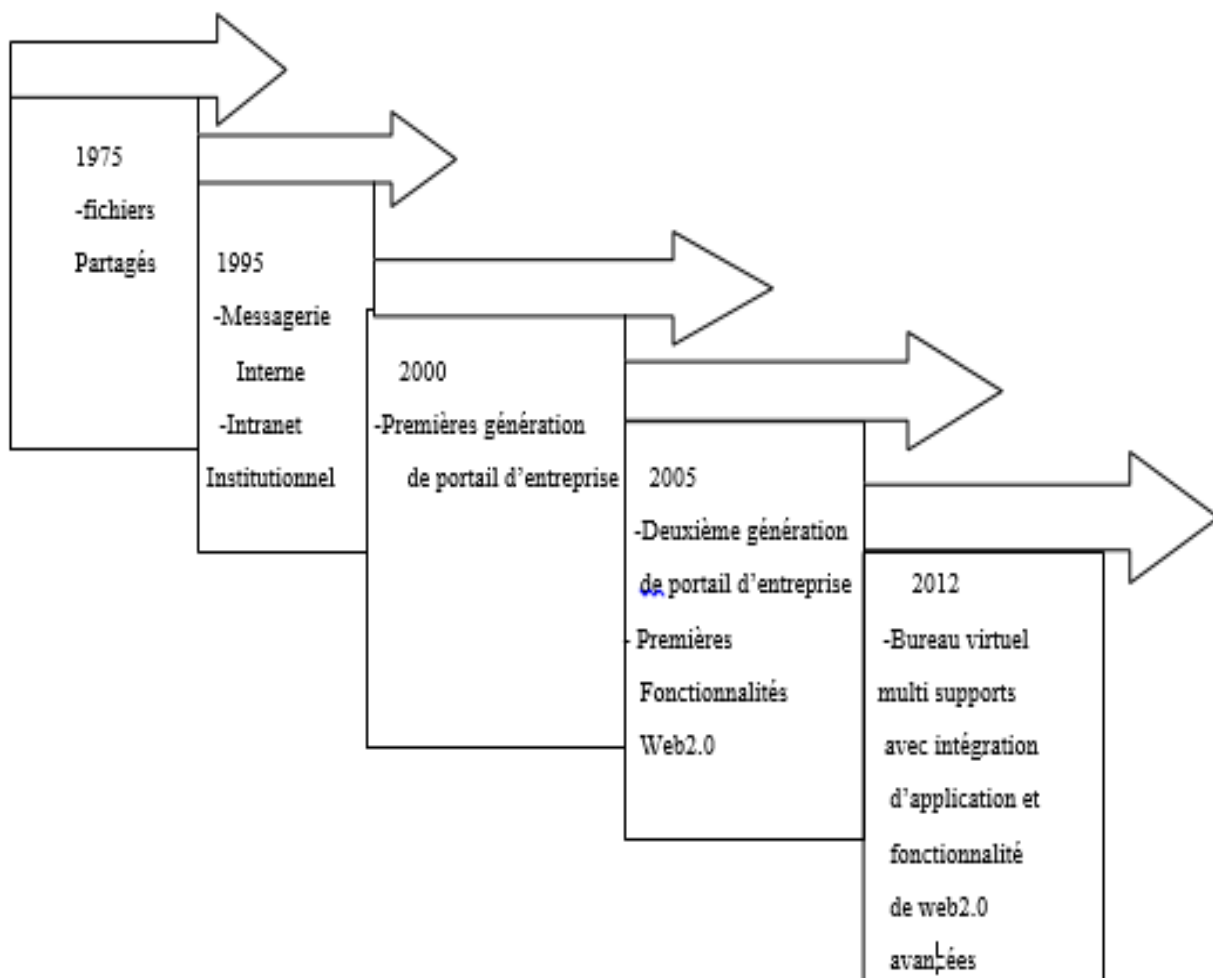
## Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet

---

la documentation. La première raison qui a amené ces entreprises à utiliser en interne la technologie de l'intranet est pour faciliter l'accès aux logiciels. L'attrait pour l'intranet provient également d'une certaine frustration de ne pas être connecté à l'internet. En 1994 et 1995, beaucoup d'entreprise n'étaient pas présentes sur ce réseau. C'est un moyen de dynamiser leurs ventes ou de reprendre une position de leader perdue sur les technologies précédentes.<sup>78</sup>

**Figure n° 02 : Evolution de l'intranet**

**Source : BEUNECH, V, op.cit., P11.**



---

<sup>78</sup>Frédéric Alin, DENIS Lafont, Jean-François M, Le projet Intranet : de l'analyse des besoins de l'entreprise à la mise en œuvre des solutions, édition EYROLLES, France, 1998.P48.

## Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet

---

### II.2.Définition de l'intranet

L'intranet est considéré comme une technologie d'information et de communication, selon Michel Germain « l'intranet se manifeste sous la forme d'un ensemble de solutions technologiques appliquées à l'entreprise, qui ont toutes pour caractéristiques communes d'être dérivées d'internet ». <sup>79</sup>

Elle se définit aussi comme un réseau informatique, mis en place au sein d'une entreprise ou de toute autre entité équivalente. Il permet aux collaborateurs de cette entreprise d'échanger des informations et des documents dans un environnement sécurisé, au sein d'un espace dont l'accès est restreint à un groupe défini (souvent, les employés d'une même entreprise), « L'intranet regroupe un ensemble d'outils informatique qui, associés, permettant de donner une cohérence globale au système d'information dans les organisations » (Rowe 1999). <sup>80</sup>

A travers ces définitions, l'intranet peut prendre une définition comme étant un réseau interne indispensable pour l'entreprise qui permet la circulation de l'information entre les collaborateurs interne, qui utilise la même technologie que l'internet, c'est un moyen simple de partager les informations à l'intérieur de l'entreprise, surtout quand toutes les unités ne se trouvent pas sur le même site permettant à l'utilisateur de disposer d'une interface identique quel que soit le poste de travail auquel il se connecte. L'intranet est un outil de communication interne c'est-à-dire l'une des technologies d'information et de communication. <sup>81</sup>

Les TIC plus précisément les intranets ont fait l'objet d'une attention des nombreuses entreprises. L'utilisation de l'intranet est le résultat d'interaction entre l'organisation et la technologie L'intranet comporte toute la fonctionnalité comme le montre la (figure 02). <sup>82</sup>

---

<sup>79</sup>OSMANI Zakaria : L'impact des technologies de l'information et de la communication sur l'organisation de l'entreprise. Thèse de doctorat Science sociale, Oran. Université d'oran.P31

<sup>80</sup>PATRICK C, Adoption d'outils TIC dans un contexte hiérarchique, le cas du forum intranet (Dans Revue Français de gestion). P86.

<sup>81</sup>Fayçal Zouhir et Kamel LAKHRIF, Tic et GRH, université Ibn Zohra-Master,2007, P48.

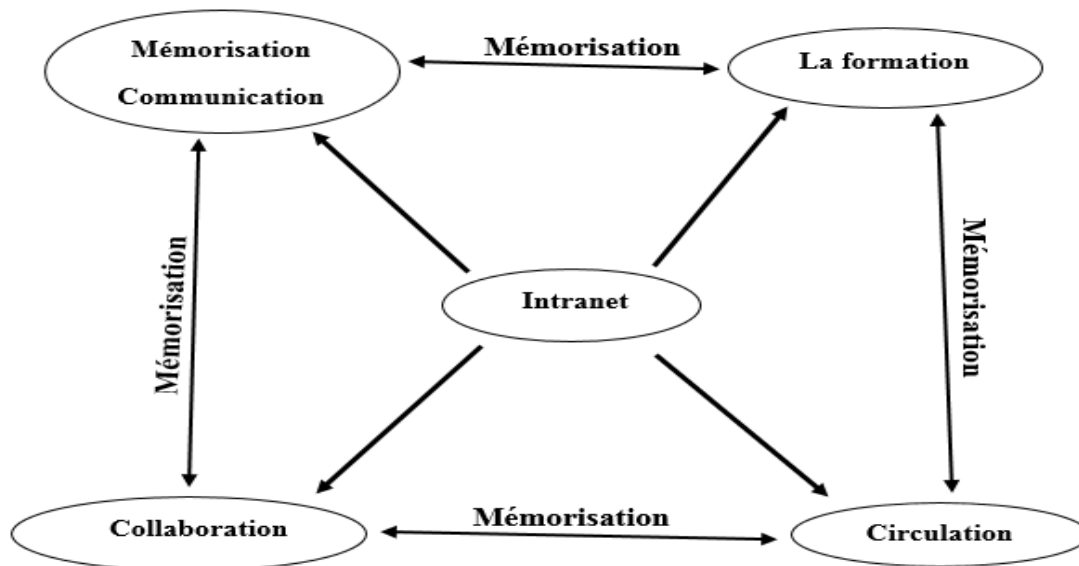
<sup>82</sup> PATRICK C, op.cit, P89.

## Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet

---

Figure n° 03 : Les fonctionnalités de l'intranet

Source : MATMATI Mohamed « Les nouvelles formes d'organisation Induites par les TIC », revue PERSONNEL n°437, février 2003.P48



### II.3. Les caractéristiques d'intranet

Intranet a plusieurs caractéristiques<sup>83</sup> :

- Il utilise le protocole TCP/IP pour le domaine interne et externe de l'entreprise.
- Il assure le transport de l'information dans le domaine local.
- Il utilise HTML (Hyper Texte Mark up Langage), SMTP (Simple Mail Transport Protocol) et autres normes ouvertes, bases de l'internet, pour faire circuler l'information entre clients et serveurs.
- Il appartient entièrement au domaine privé de l'organisation.

### II.4. Les types d'intranet

Les Intranets peuvent prendre plusieurs formes, et ont évolué au fil des années et des innovations technologiques. On distingue ainsi trois grands types d'intranet :

#### II.4.1. Le portail de redirection :

Dans beaucoup de grandes organisations, l'intranet devient très vite décentralisé. On ne se retrouve pas avec un seul intranet « défini », mais avec des dizaines de petites applications (par exemple, un annuaire téléphonique, un système d'annonces, une bibliothèque de

---

<sup>83</sup>SAADOUN Mélissa, « Avec le temps », Organisation, Paris, 1998, P46.



## **Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet**

---

documents...). Certaines de ces applications sont même considérées comme l'intranet local de services spécifiques et on assiste à une multiplication de mini intranet. L'évolution de cette structure vise généralement à normaliser l'affichage et la conception graphique des applications avec l'affichage du portail intranet officiel. Ce portail peut être personnalisé.<sup>84</sup>

### **II.4.2. Les applications indépendantes :**

Dans cette structure, l'intranet est la fusion d'un ensemble diversifié de technologies. Ce qui est appelé intranet n'est en fait que la somme de diverses applications souvent considérées comme les meilleures. Généralement, ces applications reposent sur des technologies différentes issues de fournisseurs différents et ne sont pas intégrées entre elles en ce qui concerne le frontal, bien qu'elles puissent l'être de façon mineure en ce qui concerne l'arrière-plan.<sup>85</sup>

### **II.4.3. Le système intégré :**

Dans cette structure, les applications et les sites de l'environnement intranet reposent sur une technologie unique. On peut accéder à chaque page /application/fonctionnalité à partir d'un identifiant unique (nom d'utilisateur et mot de passe) à l'intérieur d'une interface normalisée. Ici, le frontal est donc intégré et l'arrière-plan l'est en majeure partie (certaines applications, comme l'ERP ou le système comptable, peuvent être séparés). Une telle structure unique vise à rendre l'expérience la plus simple et homogène possible pour l'utilisateur. Elle nécessite cependant un investissement très important en matière de coûts financiers, mais aussi de gestion du changement, tous les anciens outils que les employés étaient habitués à utiliser étant remplacés ou fortement intégrés.<sup>86</sup>

## **II.5. Les fonctions de l'intranet**

Les applications pouvant faire l'objet de projets intranet ont toutes un point commun : améliorer la communication et l'échange d'information.

Elles peuvent intéresser l'ensemble des services de l'entreprise :

### **II.5.1. Ressources humaines :**

Calendrier annuel, inscription au stage de formation, calcul des primes d'intéressement, ou de participation, gestion des congés, des déplacements, candidatures sur postes à pouvoir, calcul de retraite, gestion du recrutement.

---

<sup>84</sup>DUPLIPOVIC Alina, VIERU Dragos, Les intranets et leur écosystème, portrait des usages et meilleurs pratiques, édition CEFRIO, Montreal, 2014, P34.

<sup>85</sup> Idem, P38.

<sup>86</sup> Idem, P38.

## **Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet**

---

### **II.5.2.Stratégie, finances, comptabilité :**

L'accès à une base de données pour les résultats de l'entreprise, tableau de bord, gestion des budgets, engagements, facturations, investissements.

### **II.5.3.Marketing et commercial :**

Catalogue des produits, suivi des ventes, état des études marketing, application d'animation du réseau commercial, accès aux situations financières des partenaires (clients et fournisseurs).

### **II.5.4.Production, métier :**

Gestion de la qualité, suivi de production, gestion des stocks.

### **II.5.5.Moyens, logistique, informatique :**

Bibliothèque de référence, base de connaissance sur l'an 2000, sur l'euro, gestion des commandes de fournitures, des demandes d'intervention informatique, application helpdesk, modèles de document.<sup>87</sup>

## **II.6.L'intranet réseau social pour l'entreprise**

Aujourd'hui, l'intranet entre dans une nouvelle phase, celle des réseaux sociaux d'entreprise, l'image d'un " Face book interne ", le réseau social d'entreprise propose des fonctionnalités similaires aux réseaux sociaux grand public, Sur un réseau social d'entreprise, les salariés sont invités à renseigner eux-mêmes leur profil, en indiquant leurs expériences, leurs compétences, leurs centres d'intérêt. Bien sûr une partie des informations peut-être renseignée par la DRH de l'entreprise (les coordonnées, le titre de la fonction).Les collaborateurs peuvent aussi publier leurs contributions en temps réel, ou avec une messagerie instantanée, Ces réflexes de collaboration en temps réel font partie de l'univers des jeunes salariés qui ont l'habitude d'utiliser les médias sociaux. C'est moins le cas de collaborateurs plus anciens. Pensez à les accompagner et à les rassurer pour passer d'une culture de la bureautique personnelle et individuelle, à une culture de la production d'information collective en réseau.<sup>88</sup>

Un réseau social d'entreprise (RSE) est un moyen de communication interne avec l'ensemble des collaborateurs. Cet outil est lui aussi « online » comme l'intranet. Il permet de favoriser la communication entre les individus, groupes d'individus grâce à des fonctions assez proches des réseaux sociaux connus. L'entreprise peut ainsi tendre vers une stratégie de communication interne « zéro papier ». Mais cela reste avant tout un outil de travail permettant

---

<sup>87</sup>Frédéric Alin, DENIS Lafont, Jean-François M, op.cit, 1998.

<sup>88</sup>BERNADETTE JÉZÉQUEL, Philippe GÉRARD, la boîte à outils de la communication, 4ème Edition, édition DUNOD, 2019, P82.

## Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet

---

de partager des documents, de programmer réunion, réserver une salle, dialoguer en ligne grâce à un chat, le réseau social d'entreprise se veut participatif & interactif. L'information descendante n'existe plus.<sup>89</sup>

Un Réseau Social d'entreprise procurera à votre entreprise des atouts non négligeables pour votre entreprise :

- Capitaliser sur les connaissances des collaborateurs en favorisant l'échange des savoirs de chacun et l'accès à l'information.
- Libérer l'intelligence collective.
- Renforcer la cohésion / Fierté d'appartenance grâce à l'implication des salariés dans des « communautés ».
- Faciliter la gestion des projets / tâches en supprimant les emails inutiles grâce au Chat ou aux communautés.<sup>90</sup>

### II.6.1.L'intranet réseau social pour l'entreprise :

Les réseaux sociaux d'entreprises (RSE) sont des carrefours stratégiques ou beaucoup peut se jouer en matière de performance individuelle et collective, et donc, de compétitivité de l'organisation. Réseau d'entreprise qui utilise les technologies propres à l'internet, l'intranet est l'un des meilleurs exemples du caractère vivant de la communication : il se situe au premier rang des outils de communication interne alors qu'il n'existait pas avant 1995. Le dernier observatoire de l'intranet confirme l'importance de ce réseau : en 2014 près de 7 collaborateurs sur 10 (67%) y consultaient régulièrement ou largement les informations publiées dans l'entreprise, lieu de convergence des outils et des supports, l'intranet constitue un carrefour de l'information pour les collaborateurs connectés. Il est donc le lieu tous les défis pour les communicants internes, ils en sont en effet les principales promoteurs (aux cotés de la direction générale et de la direction des systèmes d'informations) et les principaux contributeurs. La communication est en effet en tête des métiers et fonctions qui publient sur les intranets.<sup>91</sup>

---

<sup>89</sup>LIBAERT Thierry, WESTPHALEN, M, COMMUNICATOR ,7ème édition, DUNOD, PARIS, 2012, P181.

<sup>90</sup>BERNADETTE JÉZÉQUEL, Philippe GÉRARD, op.cit, P74.

<sup>91</sup> LIBAERT Thierry, WESTPHALEN, M, op.cit, P56.

## Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet

---

### II.7. Les fonctionnalités de l'intranet

Le besoin intranet de communication interne concerne :

- L'information on-line : actualités de l'entreprise, flash, journal interne, agenda événementiel, revue de presse, journal sonore (accès par web ou par téléphone).
- La gestion des contacts externes (agences, journalistes, rédacteurs) et production des dossiers de presse.
- La diffusion des repères identitaires : valeurs de l'entreprise, identité visuelle, charte, etc.
- La communication des actions de mécénat ou de sponsoring, l'élévation du niveau culturel des collaborateurs par la mise en place de musées virtuel ou de bibliothèques d'articles sur les sujets littéraires ou artistiques.
- Les référentiels documentaires : rapport annuel, photothèque, modèles, support de présentations.
- Les systèmes d'échanges transversaux : sondages, enquêtes, au travers de formulaires en ligne, forums, de chat rom ou des mailing listes.
- La gestion de crise, notamment les méthodes pour communiquer à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise lorsque se produit un événement ayant un rapport direct avec l'entreprise.
- La gestion communautaire des professionnels de la communication dans l'entreprise : qui fait quoi ? Plan de communication, best practices travail collaboratif.

La communication interne s'intéresse fortement à l'accessibilité des services interactifs sous différentes formes (SMS, WAP,).

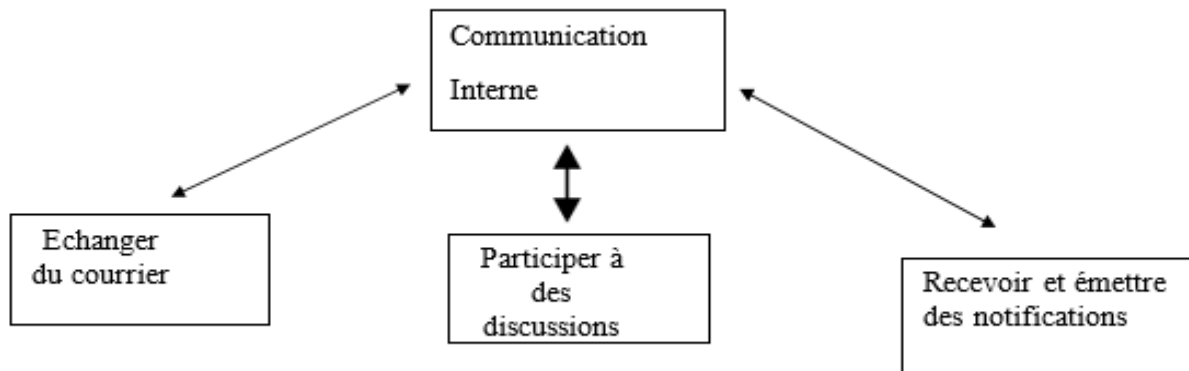
Les processus de communication interne font intervenir de nombreux acteurs :

- La direction de la communication, qui produit et diffuse de l'information, coordonne les acteurs, anime le réseau et définit et met à disposition les référentiels de la communication
- Les relais de communication dans l'entreprise qui mènent les actions, incitent les managers à participer à l'effort de communication et s'assurent que l'ensemble des collaborateurs accède aux services interactifs.
- Les managers qui détiennent des informations susceptibles d'intéresser une large audience et qui produisent une information fiable et à jour.

## Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet

- Les collaborateurs qui participent à la production des informations, dont certains relèvent de l'intérêt général ou peuvent s'intégrer dans un dispositif de communication plus large.<sup>92</sup>

Figure 03 : Communication interne dans un intranet<sup>93</sup>



| Fonction                     | Avantages   | Limites   | Problème   |
|------------------------------|---|---|--|
| <b>Courrier électronique</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facile à déployer</li> <li>• Rapidité et ubiquité</li> </ul>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Suivie des échanges</li> <li>• Classement du courrier</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Court-circuitage</li> <li>• Non utilisation par certains</li> <li>• Confidentialité, sécurité</li> <li>• Avalanche</li> </ul> |
| <b>Forum de discussion</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Focalisation sur problème et groupe</li> <li>• Organisation hiérarchiques</li> </ul> |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modération des interventions</li> <li>• Consolidation ultérieures</li> </ul>  |

<sup>92</sup>MARC Saliou, FREDERIC Alin, XAVIER Amoros, L'entreprise intranet. guide de conduite de projet : Guide de conduite de projet, 1ère édition, Eyrolles, 2002. P55-56.

<sup>93</sup>COURBON JEAN-CLAUDE, TAJANS lièvre, op.cit. P187

<sup>94</sup>Frédéric Alin, DENIS Lafont, Jean-François M, op.cit, 1998. P98.

## **Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet**

---

### **A) Réduction des coûts d'administration et d'exploitation :**

Le choix de solutions intranet permet de réduire les investissements et les coûts d'exploitation dans de nombreux cas. Pour chaque solution choisie, il est possible de mettre en concurrence de nombreux fournisseurs, et d'obtenir ainsi un gain substantiel sur le rapport fonctionnalité/coût.

#### **II.7.1. Réactivité de l'informatique :**

La mise en place d'une infrastructure intranet permet d'envisager le développement d'applications nouvelles sans avoir à se préoccuper des lourdes tâches de déploiement, la fonction informatique devient plus réactive.

#### **II.7.2. Réduction des coûts de papiers :**

Les systèmes de publication intranet permettent d'éliminer les coûts de transport du papier. Les documents sont accessibles sur le Web et transitent sur le réseau, ce qui génère des coûts de communication largement inférieurs à ceux de la production et de la circulation du papier pour une grande entreprise.

#### **II.7.3. Connaissance de l'entreprise et gain de temps :**

Les informations publiées sur l'intranet permettent de favoriser la connaissance de l'entreprise par ses collaborateurs. Les documents de base sont présents et à jour, il n'est plus nécessaire de passer le temps à les chercher. L'accès rapide à l'information favorise une certaine productivité. L'intranet permet aux collaborateurs de se décharger de tâches de recherche d'information et de se consacrer à des travaux à valeur ajoutée donc de gagner aussi en productivité.

D'une manière générale on peut cerner les bénéfices rattachés à l'intranet sous forme des points suivantes :

- L'intranet permet aux employés de réaliser certaines activités, comme d'accéder à l'information rapidement, à l'aide aux documents dont ils ont besoins pour réaliser un projet particulier, donc il facilite la communication entre les employés par ce réseau interne.
- L'intranet favorise le partage de connaissances, la collaboration et la transmission des savoirs.
- C'est un moyen d'aide à faciliter la réalisation des tâches administratives.

## **Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet**

---

-L'intranet soutient les processus et les pratiques internes de l'organisation pour augmenter le rendement de ses employés.

-L'intranet permet de faciliter l'accès à tous les documents de l'entreprise, mais aussi de segmenter et de sélectionner l'accès à certaines informations selon le profil des utilisateurs.

-L'information peut être mise en ligne très rapidement : le processus d'édition est beaucoup plus flexible que pour tout autre support de communication.

-Dispositif d'aide à la satisfaction de la clientèle en externe pour conclure on peut dire l'intranet facilite le travail des employés et améliore leur productivité, car il rend l'information détenus par l'organisation plus clair.<sup>95</sup>

### **II.8. Les apports de l'intranet dans la fonction de la communication interne au sein de l'entreprise**

Les avantages d'un tel réseau interne tiennent en quatre mots : économique, sûr (le réseau est sécurisé, c'est-à-dire que seuls les membres autorisés peuvent y accéder), rapide (échanges en temps réel) et transversal, réduits les distances géographiques et les décalages horaire. Dépassés, les téléphones, fax, sont désormais tenus pour des outils d'un temps révolu.<sup>96</sup>

#### **II.8.1. Intranet au service du client**

L'intranet, le mot lui-même le suggère, est interne à l'entreprise et le client est à l'extérieur ; mais il en est la raison d'être, c'est pourquoi il ne peut qu'être au cœur du dispositif, même lorsqu'il n'y est pas physiquement connecté. Les pionniers des intranets en ont pris très vite conscience : grâce à son intranet, l'entreprise peut mieux répondre à leurs exigences en matière de transparence de l'offre, de délais de réponse aux demandes d'informations et aux commandes. Mais déjà, on a dépassé ce stade. Personnes privées ou entreprises (et Celles-ci sont à la fois acheteurs et fournisseurs), les clients se familiarisent avec les technologies. Non seulement ils sont réceptifs de l'innovation, mais Ils la stimulent. Ils utilisent les nouvelles technologies -celle mêmes sur Lesquelles repose un intranet - pour communiquer directement

---

<sup>95</sup>BERNADETTE JÉZÉQUEL, Philippe GÉRARD, op.cit, P93.

<sup>96</sup>BITOUZET Christine, FOURNIER Philippe, Benoit Tezenas Du Montcalm, Management et intranet, édition HERMES, Paris, 1997, P57.

## **Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet**

---

avec les Fournisseurs, parfois au mépris des frontières, l'informatique devient elle-même un circuit de distribution et le client virtuel une réalité ; l'intranet est en parfaite adéquation avec cette évolution.<sup>97</sup>

### **II.8.2. Mieux connaître le client**

Comme chacun le sait « le client » n'existe pas, il revêt des formes multiples quand bien même le produit est unique et uniforme. Le client évolue dans certaines conditions géographiques, économiques, culturelles. Il est jeune ou âgé, plus ou moins tributaire de son éducation : il est exposé à une offre de plus en plus abondante, qui ignore de plus en plus les frontières et qui emprunte des canaux de distribution de plus en plus diversifiés. Tout favorise sa versatilité et le rend exigeant en matière de qualité, prix, délai, maintenance ... etc.

Or, un intranet permet une remontée rapide des informations recueillies sur le terrain, par le vendeur qui communique des observations sur la manière dont la distribution dispose des produits de son entreprise dans les linéaires. Par l'argent du service après-vente qui détecte les motifs d'insatisfaction et les répercute aussi tôt.

Un intranet permet encore avec le minimum de formalisme et de réunions, une confrontation de ces données avec les observations du marketing et avec les points de vue de la recherche et de la production, avec ceux, aussi, des services fonctionnels concernés.

Tout ceci est également vrai des services publics, y compris des administrations qui doivent être de plus en plus attentives à leur environnement, la concurrence s'installant de plus en plus fortement, par exemple pour les services postaux, les télécommunications, les transports, et dans bien d'autres domaines. Dès lors, chaque agent de l'organisation a un rôle à jouer, focaliser sur la satisfaction permanente de l'utilisateur ou du client, quelle que soit sa mission. Cela modifie la conception et le fonctionnement, et l'intranet répond bien à cet objectif.<sup>98</sup>

### **II.8.3. Innover plus rapidement :**

Les outils qui permettent d'affirmer l'analyse de la demande autorisent aussi des prises de décisions et surtout une mise en œuvre des innovations plus rapides. Il relie en effet entre toutes les parties concernées par celles-ci, leur permettant de consulter des bases de données, d'échanger des informations, de créer des groupes de travail. Ces outils sont utilisés tout au

---

<sup>97</sup>BITOUZET Christine, FOURNIER Philippe, Benoit Tezenas Du Montcalm, op.cit, P58.

<sup>98</sup>BITOUZET Christine, FOURNIER Philippe, Benoit Tezenas Du Montcalm, op.cit, P59.



## Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet

---

cœur du processus qui part de l'analyse des besoins et se poursuit avec la conception de nouveaux produits et les opérations de test avant de déboucher sur une mise sur le marché.

Processus d'une durée de quelques semaines à quelques années, l'objectif étant presque toujours, aujourd'hui, de réduire le délai, pour des raisons de réactivité, de gain de parts de marché et de coût. Accélérer le processus de l'innovation constitue en effet un enjeu majeur et c'est notamment l'objet de « l'ingénierie simultanée ». Avec celles-ci, les différentes phases de la recherche et développement ne sont plus simplement séquentielles, mais se chevauchent, ce qui suppose une communication plus transversale et plus fluide et enjeux», là encore, l'intranet est un outil parfaitement adapté, à condition que l'organisation soit préparée à ces nouvelles formes de travail. Les gains de temps sont parfois spectaculaires.<sup>99</sup>

### II.8.4. Trouver les bonnes idées :

Un Intranet au même titre qu'internet et un extranet, est un véritable réservoir à des idées, mêmes si l'on s'y perd de temps, lorsque l'on connaît bien le sujet on peut à l'intérieur de l'entreprise comme à l'extérieur, avec extranet et Internet cibler un certain nombre de bases de données, de groupes, de travail, d'experts, avec lesquels on entre en communication, laquelle est plus facile et plus productive qu'avec les moyens conventionnels, surtout lorsque la bibliothèque ou experts à l'outre bout du monde. Ces idées ne concernent pas que le produit.

L'intranet est un vecteur d'échange d'expertise. Une simple messagerie permet de consulter des interlocuteurs ciblés pour leurs compétences, facilement, rapidement, avec de bonnes chances de réponses, le retour d'information étant tout aussi simple et peu formaliste. On peut aussi y associer des partenaires extérieurs connectés au réseau.

Il est difficile d'empêcher que certains détenteurs d'idées à tort ou à raison en être les propriétaires, ne les propagent largement.

Le risque est toutefois sensiblement moindre avec intranet qu'avec interne, un intranet ouvre donc des perspectives intéressantes pour le développement de l'innovation, en sachant que la diffusion des idées souhaitées ou non, est difficile à maîtriser. Il faut donc être vigilant sur les risques que comportent les échanges.<sup>100</sup>

---

<sup>99</sup> Idem, P60.

<sup>100</sup> BITOUZET Christine, FOURNIER Philippe, Benoit Tezenas Du Montcalm, op.cit, P61.

## **Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet**

---

### **II.8.5.S'adresser à une clientèle mondiale :**

L'intranet abolit les distances. Sur un réseau intranet, n'importe quel collaborateur d'une entreprise, ou qu'il soit peut rester en contact à tout moment avec elle, à condition que le système soit conçu pour, et que les solutions de télécommunications soient raisonnablement performantes. A l'heure de la mondialisation c'est un atout important. L'outil n'est pas pour autant synonyme d'informatisation. Les clients ont chacun sa culture, leur pouvoir d'achat, leur monnaie, leurs habitudes, et il faut appréhender toute cette complexité et appliquer donc la formule « think global and acte local ». <sup>101</sup>

### **II.8.6.Se rapproché du client :**

La vente est un acte concret qui induit toute une chaîne d'interventions dans l'organisation, chacune d'elles ayant un impact plus au moins direct sur le client ; qu'il s'agisse de l'administratif, de la production, de la distribution, mais aussi de la recherche et développement, et des éventuels partenaires extérieurs. Très souvent ces services sont étanches et se connaissent mal. Ils ont peu de contact, si non conflictuels ; En cas d'incidents, leurs tendances, est de s'en rejeter mutuellement la responsabilité plutôt que d'en traiter en commun les causes.

Certes, ce n'est pas d'aujourd'hui que l'on recherche à sensibiliser tout le monde à l'enjeu que représente la moindre des ventes. Mais les modes traditionnels de communication sont lourds et onéreux. Avec un intranet, il devient possible de rapprocher l'acte de vente, donc le client, de la plupart dès l'onction de l'entreprise à chaque fois que cela présente un intérêt, sans avoir à déployer des applications avec des bataillons d'informations, la base de données clients peut être enrichie, consultée et exploitée de façon simple et interactive, tant en interne (intranet) qu'en externe (Internet et extranet), avec des modalités d'accès différentes. <sup>102</sup>

### **II.8.7.Améliorer la productivité**

L'intranet améliore la productivité, mais on est rarement en mesure de chiffrer globalement et avec exactitude cette amélioration, c'est le lot de tout ce qui relève de l'informatique et de la communication et plus généralement de tout investissement immatériel.

---

<sup>101</sup> Idem, P61.

<sup>102</sup>BITOUZET Christine, FOURNIER Philippe, Benoit Tezenas Du Montcalm, op.cit, P62.

## **Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet**

---

L'intranet n'échappe à la règle. On peut certes effectuer un certain nombre de calculs simples et éloquentes, par exemple sur les économies réalisées quant à la consommation de papier. Mais ils n'appréhendent pas l'essentiel qui est la transformation de l'organisation et des méthodes de travail qu'entraîne la mise en œuvre d'un intranet.

### **1) Une étape technologique supplémentaire :**

Les gains de productivité générés par un intranet ne sont pas d'une nature différente de ceux réalisés grâce aux autres systèmes d'informatiques, mais, et c'est capital, il permet, de franchir une étape supplémentaire. Il rend aisément et rapidement accessible.<sup>103</sup>

### **2). Des bases de données fiables et accessibles :**

Avec un intranet, rien de plus facile que de faire consulter une base de données sur les produits, comportant des descriptifs, des tarifs, des références, des délais de livraison, avec des représentations graphiques, le tout pouvant être mis à jour régulièrement par un chef de produit Lequel peut demander à ses partenaires et à ses fournisseurs, des données sur les composants qu'ils fournissent dans ces produits. Tout le monde est gagnant, en temps et en qualité d'information. De plus cette information est disponible et pour toute personne de l'organisation indépendamment de son implémentation géographique, mais une telle démarche implique une grande rigueur.<sup>104</sup>

### **3). Une standardisation de l'informatique :**

D'une manière générale, en matière informatique, l'intranet apporte la standardisation, longtemps au casse-tête des incompatibilités des matériels et des logiciels, les directions informatiques apprécient de se trouver face à des standards simples et internationaux qui s'imposent sur le marché le plus souvent dès leur création. Les directions informatiques peuvent donc construire des systèmes progressivement, en maîtrisant mieux leur évolution et leur durée de vie, avec une gestion simplifiée. Cela se mesure également en termes de coûts, en particulier dans l'intégration des nombreux changements qui affectent la vie de l'entreprise.<sup>105</sup>

---

<sup>103</sup> Idem, P63.

<sup>104</sup>BITOUZET Christine, FOURNIER Philippe, Benoit Tezenas Du Montcalm, op.cit, P63.

<sup>105</sup> Idem, P63.

### 4). Gains et couts

Les entreprises, le plus souvent, n'ont pas encore analysé la rentabilité de leur intranet, en raison du faible investissement de départ et de nouveauté de beaucoup de projets. L'analyse des coûts et de la rentabilité du projet intranet doit distinguer la mise en place de l'infrastructure générale d'une part et la mise en place des applications d'autre part. La rentabilité de la mise en place de l'infrastructure est très difficile à établir, alors que la rentabilité de la mise en place des applications est souvent plus simple à analyser et à prévoir. En effet, les coûts peuvent être importants, notamment si les réseaux de communication doivent être modifiés pour être adaptés au protocole TCP/IP ou pour accepter les flux donc généralement à identifier des projets Relativement rapides à réaliser et avec une rentabilité l'orle pour, justifier la mise en place de l'infrastructure initiale nécessaire à leur réussite.<sup>106</sup>

### II.9. Les risques et limites de l'intranet <sup>107</sup>

Un des risques majeur d'un intranet est la mauvaise utilisation de la part des salariés concernés. Cette mauvaise utilisation, caractérisée par un manque d'intérêt ou par un manque de compétences, peut avoir plusieurs causes. La première émane d'un manque de formation des acteurs organisationnels. Effectivement, même si l'intranet est un outil relativement simple à utiliser, il n'en reste pas moins nouveau pour de nombreux salariés lors de sa mise en œuvre.

Il convient donc d'accorder une place importante à la formation des acteurs ayant recours à l'intranet. Ceci est d'autant plus important que l'introduction d'une nouvelle technologie dans l'entreprise peut aisément devenir source de clivage entre les membres maîtrisant la technologie et les autres. Par ailleurs, une mauvaise identification des besoins au début du projet entraîne dans pratiquement tous les cas, un échec de celui-ci. Nous avons ainsi pu observer que dans bien des cas, le projet est décidé unilatéralement par la direction, qui ne se soucie peu de l'identification des besoins des utilisateurs. Ceci a pour conséquence une mauvaise utilisation de l'outil, voire même dans la majorité des cas, une utilisation quasi nulle des potentialités de l'intranet. Dans cette perspective, la solution de révision de l'outil à posteriori est inutile car inefficace, tout simplement parce que les acteurs ne s'impliqueront plus dans un projet auquel ils ont été exclus antérieurement.

---

<sup>106</sup> Idem, P64.

<sup>107</sup> Idem, P69.

## **Chapitre II : Notions sur la communication interne de l'entreprise et de l'intranet**

---

Le projet intranet, comme tout projet d'introduction de NTIC, peut provoquer la résistance de certaines acteurs se sentent soit menacés, soit incompetents face à ce changement technologique. Il est par conséquent très important de corréler changement technologique, organisationnel et social pour minimiser les risques d'échec du projet.

De même, il faut prendre en considération que l'installation d'un tel réseau informatique entraîne des changements parfois importants dans les modes de travail, ce qui doit inciter à évaluer a priori.

### **Conclusion du chapitre**

Au terme de ce chapitre, nous arriverons à la conclusion qu'aujourd'hui les TIC plus précisément l'intranet comme un moyen technologique évolué à travers le temps, constitue une richesse pour favoriser une bonne diffusion des informations prévenantes des différents collaborateurs, donc on peut dire que l'intranet permet l'amélioration de la communication interne d'une entreprise. De plus qu'il est un simple outil informatique, il fait l'objet de nouveaux champs d'enquêtes qui incitent l'entreprise à l'utilisation des technologies dans les organisations, suites aux changements induites, ce qui est l'objet de chapitre prochain.

**Chapitre III :**  
**L'impact de l'intranet sur la communication interne de  
l'entreprise**

Les responsabilisées managériales et le métier du système d'information dans l'entreprise est de faire partager l'information dans des bonnes conditions par la technologie de l'intranet qui couvre l'ensemble des fonctions dans les différents systèmes d'entreprise.

Afin d'assurer une communication interne parfaite dans les différents niveaux de la hiérarchie, l'entreprise doit intégrer et s'intéresser au système d'information qui ouvre les opportunités en matière d'évoluer la performance du fonctionnement interne de l'entreprise donc l'entreprise doit s'inscrire dans la veille informationnelle dite stratégique pour assurer le bon déroulement de l'activité interne et qui va nous permettre d'anticiper que de réagir et de faire de meilleurs choix technologiques et surtout d'accompagner les grandes mutations organisationnelle.

Ce présent chapitre traite en premier lieu les services et l'architecture de l'intranet, en deuxième lieu l'intranet, facteur de développement en matière d'organisation et de communication interne et en fin on termine le chapitre par les impacts croisés de l'intranet et l'organisation.

### **Section01 : les services et l'architecture de l'intranet**

Un intranet est un ensemble de services internet comme un serveur web, internes à un réseau local, ou bien d'un ensemble de réseaux bien définis, et inaccessible de l'extérieur. Il consiste à utiliser les standards client-serveur de l'internet en utilisant les protocoles TCP/IP, comme l'utilisation de navigateurs internet (client basé sur le protocole HTTP) et des serveurs web (protocole HTTP), pour réaliser un système d'information interne à une organisation ou une entreprise a l'intérêt de transmettre les données, et surtout de faire transiter des informations confidentielles.

#### **I.1.Les Services de l'intranet :<sup>116</sup>**

Un Intranet peut être constitué de nombreuses applications et services destinés aux Utilisateurs finaux et aux équipes informatiques et réseaux :

- Un serveur Web interne ;
- Un serveur Web accessible depuis l'entreprise et depuis l'Internet par une communauté fermée d'utilisateurs (cas de l'Extranet) ;

---

<sup>116</sup> MARC Saliou, FREDERIC Alin, XAVIER Amoros,op.cit.P70.

- Une interconnexion sécurisée des réseaux locaux de l'entreprise et ses filiales est possible en utilisant les infrastructures publiques de l'Internet ;
- Des forums de discussions entre des équipes au sein d'une entreprise ;
- L'interconnexion des différents systèmes d'information de l'entreprise est possible.

Une application Intranet ressemble à un site Web mais :

1. La population des utilisateurs du site intranet est connue et identifiable.
2. Une plus grande maîtrise des infrastructures des réseaux et du débit disponible.

Contrairement à Internet où les intermédiaires sont multiples, on peut envisager d'utiliser l'intranet pour faire fonctionner des applications difficiles à exploiter comme la vidéoconférence.<sup>117</sup>

Un intranet repose généralement sur une architecture à trois niveaux, composée :

- De clients (navigateur internet généralement) ;
- D'un ou plusieurs serveurs d'application (middleware) : un serveur web permettant d'interpréter des scripts CGI, PHP, ASP ou autres, et les traduire en requêtes SQL afin d'interroger une base de données.
- D'un serveur de bases de données.<sup>118</sup>

### **I.2.Architecture d'un Intranet :**

Généralement, un réseau intranet possède une architecture clients/serveur(s) qui repose sur tout ou partie des composants suivant :

- Serveur http de l'Intranet semblable à un serveur web ;
- Serveur de messagerie pour l'échange de courriers électroniques ou la messagerie instantanée ;
- Serveur d'authentification pour l'identification des utilisateurs et le stockage des annuaires ;
- Serveur de fichiers, NAS, SAN pour le stockage et le partage des données ;
- Serveur logiciel client de supervision réseau /systèmes ;

---

<sup>117</sup>Virtualisation d'un réseau intranet par Bonhomie BOPE Institut supérieur de techniques appliquées - Ingénieur en génie électrique 2010, disponible sur [https://www.memoireonline.com/04/12/5743/m\\_Virtualisation-d-un-reseau-intranet3.html](https://www.memoireonline.com/04/12/5743/m_Virtualisation-d-un-reseau-intranet3.html) , Consulté le 29 juin 2020 à 9h13.

<sup>118</sup><https://www.commentcamarche.net/contents/324-intranet-et-extranet>, consulté le 29 juin 2020 à 08h48.



- Switchers, routeurs, pare-feu(x).

L'intranet d'une entreprise héberge souvent son système d'information, il est généralement connecté au réseau mondial Internet via une ou plusieurs passerelle(s) et un ou plusieurs pare- feu(x).<sup>119</sup>

Le modèle client/serveur a commencé à se développer quand les informaticiens se sont mis à abandonner les systèmes partagés reposant sur une logique centralisée, au profit de réseaux de stations de travail et de serveurs. Une architecture Client /Serveur met en valeur l'infrastructure du système d'information dans les environnements informatiques.

Cette technologie permet d'implémenter d'une manière modulaire et flexible des systèmes au sein d'une organisation. Elle a été utilisée dans des applications différentes : Gestion de la base de données, le web, l'Intranet, les systèmes transactionnels, les systèmes de messageries, les systèmes de partage de données etc.

Le modèle client/serveur repose sur une architecture d'application qui permet de subdiviser un processus informatisé en au moins deux tâches, avec un mécanisme de communication permettant la coopération entre les deux processus client et serveur. La finalité de cette subdivision est de disposer de couches de fonctionnalités pouvant être écrites par des programmeurs et déployées sur différentes machines d'une manière optimale.

### **Section02 : Intranet facteur de changement en matière d'organisation et De communication interne**

Dans le cas de la technologie-intranet, la communication est un facteur déterminant pour mobiliser et stimuler les ressources organisationnelles. Elle permet à l'organisation de renforcer le succès de son intranet en assurant une meilleure circulation des informations et des documents de travail. La mise en œuvre d'un réseau de correspondants assurant cette communication semble être nécessaire. Ils assurent une proximité par délégation, avec les utilisateurs finaux. L'intérêt de ce réseau est largement accru dans le cas d'une entreprise étendue (réseau distant de bureaux).<sup>120</sup>

---

<sup>119</sup>Virtualisation d'un réseau intranetpar Bonhomie BOPE Institut supérieur de techniques appliquées - Ingénieur en génie électrique 2010. [https://www.memoireonline.com/04/12/5743/m\\_Virtualisation-d-un-reseau-intranet3.html](https://www.memoireonline.com/04/12/5743/m_Virtualisation-d-un-reseau-intranet3.html), consulté le 29 juin 2020 à 10h05.

<sup>120</sup>Mahdi Azzouz, La place des réseaux de correspondants auprès des utilisateurs finaux d'intranet Dans Communication & Organisation 2013/2 (n° 44)

L'arrivée dans les entreprises des technologies numériques et tout particulièrement de l'intranet a évidemment provoqué des mutations profondes : organisationnelles, Informationnelles, fonctionnelles et finalement culturelles. Selon Germain « Les NTIC (Nouvelles technologies de l'information et de communication) modifient de façon Considérable le champ et les applications de la communication dans l'entreprise ». Au-delà de la transmission des informations et du partage de connaissances, les relations multiples et Croisées entre communication, organisation, travail coopératif, management des connaissances, aide à la décision, s'expriment de façon plus manifeste, dans un entrelacs serré et coordonné.<sup>121</sup>

La combinaison entre les technologies de l'information et de la communication et l'organisation de l'entreprise conforte le principe du déterminisme qu'il soit du côté social ou technologique. A suivre la logique de cette combinaison, selon M,J, Match, et A, Calife « la plupart des travaux les plus récents sur la technologie examinent l'impact des nouvelles Technologies sur la forme et la gestion des organisations»<sup>54</sup>.<sup>122</sup>

Selon l'étude de Christophe Elit- Dit cosaque sur l'influence des TIC selon la ligne hiérarchique :

- Les TIC permettent également un meilleur partage de l'information,
- Des salariés déclarent « d'une présence d'un intranet, ces derniers intègrent le plus Souvent d'importantes fonctionnalités de partage et de diffusion d'information ».

Pour stimuler une analyse systémique l'auteur articule entre les variables de « l'intranet, l'information et les salariés » dans le but de d'illustrer l'implication de l'Intranet à favoriser le partage de l'information qui est en elle-même le construit des tâches de chaque poste occupé.

Selon une étude « les cadres supérieurs et dirigeants sont les plus enclins à estimer que le travail groupe c'est accru avec l'introduction des TIC (32% en 2001, 45% en2005) ». <sup>123</sup>

Pour S. Zuboff, « les technologies de l'information sont caractérisées par une dualité fondamentale »: Elles informent, c'est-à-dire que pendant le déroulement des phases

---

<sup>121</sup> RENCKER E , op.cit, P175.

<sup>122</sup>Mary JOHATCH, Ann L CUNLIFFE, Théorie des organisations, de Boeck, Québec, 2009, P209.

<sup>123</sup> OSMANI, Zakaria, op.cit, P73.

automatisées, toutes les informations sur le processus deviennent accessibles facilement, peuvent être exploitées immédiatement ou stockées pour une exploitation ultérieure ; elles automatisent, c'est-à-dire qu'elles permettent de remplacer l'intervention de l'homme dans des processus ; Ces technologies accroissent la capacité de mémorisation, de traitement, de transmission. Elles ont des effets potentiels sur :

- **La communication** : communiquer plus facilement, à des coûts plus faibles, communiquer plus vite sur des cibles précises, enregistrer et retrouver facilement, contrôler l'accès à la communication, etc.
- **La décision** : accéder facilement à des informations externes, utiliser mieux la connaissance stockée ; combiner plus vite les informations ; exploiter plus facilement l'information des transactions, etc.<sup>124</sup>

### II.1. L'intranet un facteur de flexibilité

La flexibilité est une notion neutre caractérise la souplesse de l'organisation et des moyens de production, elle est mesurable depuis la notion de la coordination, la coopération dans le travail entre les acteurs sociaux

#### II.1.1. Concilier division du travail et coordination :

La recherche de l'efficacité de l'organisation conduit à la recherche d'un optimum entre division du travail et principes de coordination. Alors que la tendance consistait jusqu'à une époque récente à diviser les tâches et les rôles à l'extrême et à adopter comme mode majeur de coordination la standardisation des procédures, les mutations des organisations conduisent à favoriser la recombinaison des tâches, le mode de coordination préféré étant l'ajustement mutuel entre personnes les organisations pyramidales favorisent bien sûr la standardisation, tandis que les organisations en réseau privilégient l'ajustement mutuel, la forme de travail collaboratif la plus réactive mais qui nécessite autonomie des personnes.<sup>125</sup>

---

<sup>124</sup> ZUBOFF, S, In the age of the smart machine, Basic Books, New-York, 1988, p 119.

<sup>125</sup> MARC Saliou , FREDERIC Alin , XAVIER Amoros, op.cit, P102.

### II.1.2. Evolution des rôles et structures

A mesure que le développement de l'intranet se confond avec l'automatisation et la dématérialisation des processus, il entraîne des mutations dans les rôles et les postes et amène à terme des redéploiements importants d'effectifs ainsi que la répartition des tâches entre collaborateurs et les liens de subordination et de coordination entre acteurs.<sup>126</sup>

- **Le salarié évolue** : via l'intranet, l'utilisateur trouve une panoplie de services et d'informations qui touchent à sa posture de salarié. Bénéficiant de droit et soumise à des devoirs, de par sa situation de subordination à un employeur, il peut par exemple : Consulter son dossier personnel et détailler sa paie, son plan d'épargne d'entreprise, ses évaluations professionnelles.<sup>127</sup>
- **Le professionnel qui agit** : l'intranet permet l'accès aux opérations transactionnelles, chaque professionnel engage des actions quotidiennes. L'acheteur suit les appels d'offre en cours et les fournisseurs, le responsable de la paie de calcul des fiches de paie, le recruteur coordonne ses rendez-vous et valide les contrats, le responsable d'un centre profit effectue son reporting financier hebdomadaire et communique une note de service via une interface de publication ; etc. A partir de son bureau virtuel, l'utilisateur effectue ces diverses tâches.<sup>128</sup>
- **Le bureau virtuel** : une vision stratégique prend l'ampleur de cet apport qui sera un moyen terme l'outil informatique de chaque collaborateur. Le bureau Intranet est symbolisé par un réseau unifié et un navigateur qui donne accès à tout ce que dont a besoin chaque collaborateur.<sup>129</sup>

### II.1.3. L'intranet un outil d'autonomie :

Selon l'étude de Christophe ELIT- Dit cosaque, sur la dimension portée par l'intranet dans le processus organisationnel, en matière d'autonomie et la liberté au travail, « les données montrent que ces sentiments d'une plus grande autonomie et d'une plus grande liberté au travail sont d'avantage ressentis aux niveaux inférieurs de la hiérarchie.....ont noté le même constat pour ce qui est du sentiment d'avoir une plus grande liberté au travail dans la moitié des salariés de la hiérarchie intermédiaire ». <sup>130</sup>

---

<sup>126</sup> Idem, P103.

<sup>127</sup> Idem, P105.

<sup>128</sup> Idem, P107.

<sup>129</sup> MARC Saliou , FREDERIC Alin , XAVIER Amoros, op.cit, P109.

<sup>130</sup> Michel KALIKA, Management et TIC, Liaison, Pays bas, 2006, P 189.

### II.2. Intranet et mutation de l'information

Intranet a révolutionné les relations que communicants et salariés avaient traditionnellement avec la notion « information ». Trois modifications essentielles ont bouleversé les anciennes règles : une révolution des modes de lecture, une modification des rapports à l'information et une évolution des besoins d'expression.<sup>131</sup>

#### II.2.1 Révolution des modes de lectures

L'hypertexte impose de repenser la valeur de l'information. Car ces liens permettant de lier des contenus construisent un système d'informations non plus en deux dimensions (le haut, le bas, la gauche, la droite, le début ou la fin d'un document), mais en trois dimensions, avec une notion de profondeur. Intranet, de sa dimension stratégique et son implication dans la communication interne impose une organisation fine du média, une tâche nouvelle pour les services de communication : celle de structurer, en profondeur, l'information de l'entreprise.

Deuxième mutation, les modes de traitement journalistique de l'information se transforment, alors que l'on recense traditionnellement, dans les écoles de journalisme, environ 27 genres de traitements de l'information (par exemples la brève, l'interview, le reportage, etc.), répartis-en 5 grandes familles (les informations brutes, les opinions, les récits et études ainsi que les commentaires), les contraintes et spécificités du média électronique forcent à repenser les modalités de traitement. Intranet en supprime certains, trop « littéraires » comme le portrait « académique » ou encore le reportage « narratif », inadaptés au média qui appelle des textes courts mais génère aussi une multitude de nouveaux modes de traitements, de l'écriture « collaborative » à plusieurs mains (du type de l'encyclopédie en ligne Wikipédia) à l'interview interactive, sans oublier désormais la vidéo en ligne sur le modèle des phénomènes du You tube ou Daily motion (qui touchent désormais les médias d'entreprise).<sup>132</sup>

#### II.2.2. Modification des rapports à l'information

Plus encore que les modes de lecture, Internet et intranet ont modifié les rapports des salariés et de l'encadrement vis-à-vis de l'information, avec deux bouleversements majeurs : l'accès aux médias et à la publication en réseaux (via les plates-formes collaboratives et les outils dits de « content management »), et la personnalisation des contenus qui offre une nouvelle dimension dans la relation direction générale-salariés.<sup>133</sup>

---

<sup>131</sup> RENCKER, E, op.cit. P177.

<sup>132</sup> RENCKER, E, op.cit. P178.

<sup>133</sup> Idem, p179.

### II.2.3. Une évolution des besoins d'expression

Tout nouveau média génère de nouveaux comportements, donc de nouveaux besoins. L'intranet et l'usage du mail n'ont pas échappé à la règle. E-mail, forums, et, plus récemment, blogs d'entreprise, ont ouvert des champs d'expression infinis et offert un nouveau territoire de liberté pour les salariés. Sous surveillance certes, mais une véritable liberté d'expression et parfois d'interpellation.<sup>134</sup>

### Section03 : Les impacts croisés de l'intranet et l'organisation

Les intranets sont à présent en phase de croisière et l'impact de leur implantation sur les organisations, en terme structurel et humain à bousculer ses différentes dimensions. Ils revêtent des formes et apparences variées s'adaptant au secteur d'activité, à la culture de l'entreprise et ses choix stratégiques.

En effet, il est essentiel de souligner qu'un intranet se démarque par son implantation dans les organisations et son impact dans leur structures, « L'intranet correspond moins à une technologie qu'à l'émergence et à l'articulation de processus liant variables technologiques et organisationnelles » (Vaast et Benghozi (13), p.7). L'intranet interagit avec les utilisateurs qui doivent s'approprier de nouveaux modes de fonctionnement, provoquant des changements dans les habitudes de travail.<sup>135</sup>

### III.1.L'intranet comme concrétisation de la stratégie d'entreprise

Dans les grandes entreprises qui ont adopté une démarche de formalisation de leur stratégie, les plans d'actions font apparaître, qu'il est nécessaire de réussir, quelque chose qui se rattache à l'intranet.

Cette volonté peut s'exprimer de différentes façons :

- Faire entrer l'entreprise dans la société de l'information
- Déployer les technologies de l'information et de la communication auprès de tous les collaborateurs.
- Rendre accessibles en permanence les outils interactifs pour tout le monde, de n'importe où.
- Favoriser la mise en réseau de l'entreprise.

---

<sup>134</sup> Idem, p181.

<sup>135</sup> TRIQUENAUXX, V, Quelle démarche qualité pour la gestion quotidienne d'un intranet, mémoire de fin de cycle, Paris : institut national des techniques de la documentation, 2005.P17.

## Chapitre III : L'Impact de l'intranet sur la communication interne de l'entreprise

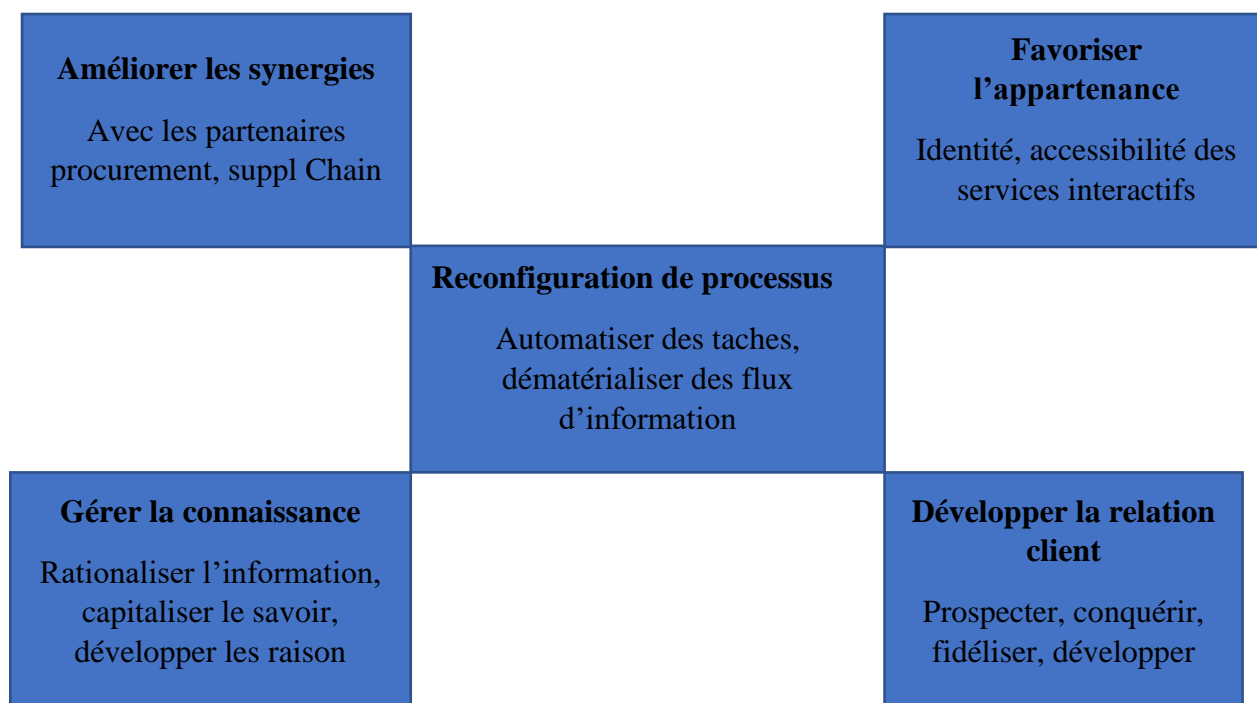
---

L'intranet est devenu, aussi incontournable que l'innovation ou la productivité. Il est vrai que les sujets sont liés, l'enjeu étant de donner des objectifs à l'intranet et non pas seulement d'avoir pour objectif de réaliser l'intranet.

Le fait d'associer intranet et stratégie d'entreprise cristallise autour du concept d'intranet des notions telles que le partage, la réactivité, la productivité ou la capitalisation. Autrement dit, le projet intranet devient, par excellence, le point de convergence des projets d'entreprise. Les changements importants qu'il initie lui confèrent le statut de symbole de la mise en mouvement. La stratégie d'entreprise n'est toutefois pas toujours formalisée. L'intranet illustre cette absence d'une manière ou d'une autre. La formalisation d'une stratégie d'entreprise est un acte fondateur, qui doit servir de fondement à nombreuses actions opérationnelles. L'intranet peut concrétiser cette vision, tout comme les systèmes d'information dans leur ensemble.<sup>136</sup>

**Figure n° 04 : Les axes stratégiques sur lesquels les services internet, intranet apportent des réponses.**

Source : ALIN F, AMOROS Xavier, SALIOU M, op.cit., P77



---

<sup>136</sup>MARC Saliou , FREDERIC Alin , XAVIER Amoros, op.cit, P112.

L'approche internet-intranet permet, pour chaque orientation, de décliner sous la forme de projets la mise en mouvement de l'entreprise.

### **III.1.1. Développement de la relation client :**

Le client, comme l'administre dans le cadre d'une institution publique, est devenu ou doit devenir le centre des préoccupations des entreprises. Les dispositifs internet-intranet permettent d'envisager des modes de prospection, de conquête, de fidélisation ou de développement de la clientèle complémentaires ou totalement nouveaux.

Par la diversité de ses supports présentation institutionnelle, produits et services, échanges, espaces marchands, promotion en ligne, etc., un site internet est un media puissant au service du dialogue commercial.

Un site internet ne fonctionne pas tout seul. L'intranet lui permet de passer au stade de véritable système d'information. Incluent toutes les composantes de gestion de contenu, de mise à jour des données, de gestion des contacts, d'animation de forums, etc. Le développement de la relation n'est donc pas seulement le fait d'une préoccupation B-to-c (business-to-consumer) mais implique l'ensemble des acteurs de l'entreprise

### **III.1.2. Amélioration des synergies avec les partenaires :**

L'entreprise n'existe qu'à travers un réseau d'autres entreprises – fournisseurs, partenaires commerciaux, distributeurs, agents – qui, elles-mêmes, déploient des dispositifs internet, la volonté de convergence des systèmes d'échanges interentreprises permet d'envisager des améliorations notoires dans les différents domaines suivants :

- Réactivité face aux demandes client.
- Complémentarité commerciale.
- Productivité au travers de systèmes d'achat ou de gestion de la chaîne logistique. Chaque entreprise participe à un système unifié. D'où l'élimination des saisies redondantes et la rapidité des prises d'ordre.
- Communication, chaque entreprise assume son rôle de présentation et de discours commercial. Sans cela, aucun dialogue n'est véritablement possible.<sup>137</sup>

---

<sup>137</sup> MARC Saliou , FREDERIC Alin , XAVIER Amoros, op.cit, P78.



### III.1.3. Renforcement du sentiment d'appartenance :

Une entreprise est avant tout constituée de collaborateurs. L'existence même de l'entreprise repose sur le principe que chaque collaborateur est un élément de l'ensemble et joue un rôle de réussite ou de l'échec de l'entreprise. Le sentiment d'appartenance d'un collaborateur à son entreprise n'est pas toujours fort, et il existe un décalage certain entre le discours des dirigeants et la réalité du terrain, décalage qui peut avoir pour origines l'incompréhension des orientations stratégiques, des divergences entre intérêt collectifs et intérêt individuels ou encore une perte de confiance dans la loyauté de l'entreprise à l'égard de ses employés.

Un couple internet- intranet peut être un puissant levier pour réunir les forces, faire adhérer les collaborateurs à leurs entreprises, adopter des logiques de partage, à la fois de haut en bas, de bas en haut et transversalement, et offrir une liaison plus harmonieuse entre vie professionnelle et vie personnelle.

La représentation de l'entreprise, son identité visuelle, le discours sur les valeurs et sur l'organisation ainsi que les possibilités de liaison entre personnes via l'intranet sont autant d'actes qui favorisent l'appartenance.<sup>138</sup>

### III.1.4. Gestion de la connaissance :

Elle devient aujourd'hui une orientation stratégique forte. Les directions d'entreprises ont compris que leur savoir-faire était une ressource primordiale pour développer leur activité et leur compétitivité.

La gestion de ce capital passe par des mécanismes de mise en réseau des collaborateurs (partage, échange et dialogue), de rationalisation de l'information (Structures éditoriales, bibliothèques) et capitalisation (notion d'information située dans un contexte, de formalisation, de rapports entre l'information et le collaborateur et de réutilisation).

L'intranet joue un rôle fondamental dans la mesure où il implique la logique du partage et donc l'idée que les actions des collaborateurs appartiennent à l'entreprise dans son ensemble et profitent à tous, directement ou indirectement. Cette logique de partage s'instaure à l'aide d'un ensemble de mesures qui incitent les acteurs à publier.<sup>139</sup>

---

<sup>138</sup> MARC Saliou , FREDERIC Alin , XAVIER Amoros, op.cit, P79.

<sup>139</sup> Idem, P81.

### III.1.5. Reconfiguration des processus :

L'intranétisation de l'entreprise offre une occasion de reconsidérer les processus qui traversent l'entreprise. L'intranet permet de rechercher des gains d'efficacité dans l'exécution des activités de l'entreprise dans son ensemble et de chacun de ses membres en particulier. Ces gains d'efficacité passent par l'automatisation des tâches répétitives et peux complexes, par la suppression des doublons (saisie multiple des mêmes données) et par des manières nouvelles de coordonner les actions de collaborateurs. Ce travail de reconfiguration des processus s'inscrit dans la continuité des chantiers d'organisation amenés par les progiciels de gestion intégrée (PGI).<sup>140</sup>

### III.2. Intranet source de fracture numérique

Si le média intranet a généré de nouveaux comportements, il est également source d'une nouvelle et véritable « fracture ». Pour Claire Leblanc, consultante en communication « Les apports sont contradictoires et les contradictions indissociables des contributions des NTIC à l'évolution de la communication interne. ». Instruments de communication, on reproche aux NTIC d'isoler les utilisateurs et de les enfermer dans une « incommunication ». Espace délibère expression, la plupart des intranets meurent d'un manque de participation des contributeurs, donc de contenu. Enfin, les technologies sont de plus en plus sophistiquées (2.0, vidéos interactives, mondes virtuels), alors que la plupart des parcs bureautiques des entreprises sont antédiluviens. D'où une véritable « fracture » numérique dans l'entreprise. C'est en tout cas ce que révélait l'enquête UJJEF-Ipsos de 2003 intitulée « Intranet et salariés : les clefs pour un outil efficace ». Deux fractures majeures y étaient pointées.<sup>141</sup>

#### III.2.1. Fracture physique :

Tout d'abord : 20 % des salariés des entreprises disposant d'un intranet n'y ont pas accès. Un constat évidemment plus fort dans les entreprises industrielles que les entreprises de services. Rares sont les usines qui disposent de bornes intranet, et le nombre de connexions de celles qui en disposent est faible. D'autant que souvent, ces bornes ne sont que de simples PC, parfois enfermés dans le bureau du contremaître ou du responsable administratif. Pratique comme dispositif de communication interne ! Un autre frein est celui Del 'ancienneté (ou de

---

<sup>140</sup> MARC Saliou , FREDERIC Alin , XAVIER Amoros, op.cit, P82.

<sup>141</sup> BENZINE Mohamed Amine, L'impact de l'Intranet sur la communication interne de l'entreprise : Cas de « NAFTAL BRANCHE CARBURANT DISTRICT Bejaia », mémoire de fin d'étude fin de cycle, université de Bejaia, 2018, P41.

l'hétérogénéité) du parc informatique. Certains PC gèrent difficilement les images, d'autres ont des débits insuffisants.<sup>142</sup>

Ainsi, en 2004, une banque française pensait utiliser son superbe et tout nouveau réseau intranet pour annoncer le lancement de son premier magazine interne international. Tablant sur la sacro-sainte complémentarité des médias, intégrant des liens intranet qui permettaient de découvrir, en avant-première, une animation du contenu. L'interactivité devait même permettre de faire remonter des suggestions et des avis avant l'envoi du premier numéro ! Une opération finement pensée qui n'aboutira jamais, et cela pour deux raisons : logistique, car le service de communication du groupe s'aperçut d'abord que personne, de la DRH à la DSI, ne disposait de listes d'e-mails du personnel ; technique, car plus de la moitié du parc informatique, notamment celui de certains pays de l'Est, ne pouvaient pas recevoir ce type de messages.<sup>143</sup>

### III.2.2. Fracture culturelle

L'enquête UJEF-Ipsos soulignait que 27 % des salariés ne savaient même pas s'il existait un intranet dans leur entreprise. Et l'étude précisait : « pour ceux qui disposent d'un accès à un intranet, le fait de ne pas avoir une bonne idée de son contenu est l'un des principaux freins à l'utilisation ». Ainsi, 20 % l'utilisaient entre une fois par semaine et une fois par trimestre, contre 55 % qui l'utilisaient une fois par jour ou « presque ». « Pour plus de la moitié des salariés, c'est devenu un outil de travail quotidien », poursuivait l'étude, « alors qu'un quart l'utilisent jamais ou très rarement » : des fréquences de consultation extrêmement hétérogènes. « Utilisateurs et non-utilisateurs du Web ne sont pas égaux devant l'intranet », affirmait Ipsos. « La culture web est un moteur important de l'usage de l'intranet, et il existe une forte corrélation entre l'utilisation du web et de l'intranet : parmi les utilisateurs du web, 87 % utilisent leur intranet au moins une fois par trimestre, alors que pour les non-utilisateurs du web, ce chiffre tombe à 51 %. ».<sup>144</sup>

---

<sup>142</sup> RENCKER, E, op.cit, P185.

<sup>143</sup> BENZINE Mohamed Amine, Op.cit., P41- 42.

<sup>144</sup> RENCKER, E,op.cit,p186.

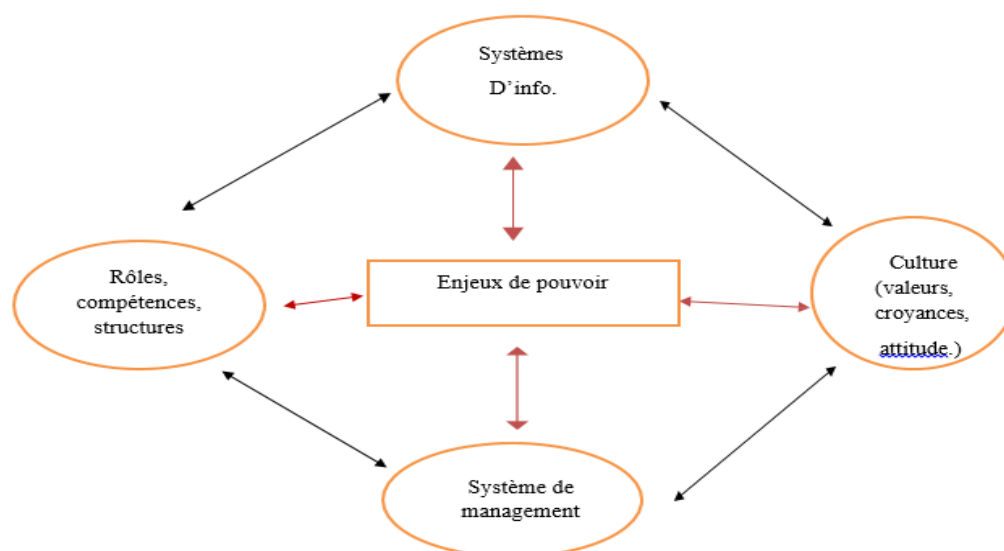
### III.2.3. L'intranet modifie l'organisation

La mise en œuvre d'un intranet dans l'entreprise bouscule l'organisation dans ses différentes dimensions, et la pleine exploitation de son potentiel implique de savoir anticiper et accompagner les impacts, de manière à assurer l'acceptation de l'outil et atteindre pleinement les objectifs attendus en matière de productivité et de compétitivité. Ces évolutions portent sur les différentes dimensions d'une organisation.<sup>145</sup>

### III.2.4. L'intranet face aux autres dimensions de l'organisation :

Figure 5 : représentation des différentes dimensions d'une organisation<sup>146</sup>

Source : ALIN F, AMOROS Xavier, SALIOU M, op cit, p96.



- Les processus métier représentent les enchainements d'activités visant l'obtention de résultats (conception et fabrication de produits, traitement des commandes, etc.).
- Les systèmes de management visent à définir objectifs et règles de fonctionnement, ainsi qu'à contrôler l'exécution des tâches, les résultats atteints le respect des règles puis à récompenser ou sanctionner les accomplissements.
- Les systèmes d'information permettent les décisions, le reporting, les contrôles, les prévisions la comptabilité, en un mot la gestion, mais aussi la circulation de l'information non structurée (connaissances, etc.).
- 

---

<sup>145</sup> MARC Saliou , FREDERIC Alin , XAVIER Amoros, op.cit, P95.

<sup>146</sup> Idem, P, 96.

- Les rôles et les structures déterminent les compétences, ainsi que la répartition des tâches entre collaborateurs et les liens de subordination et de coordination entre acteurs.
- La culture, notion complexe et impalpable par excellence, induit l'identification des membres de l'organisation à la collectivité et le partage de valeurs communes et d'une vision du monde. Elle se manifeste par des croyances, des attitudes et des normes de comportement. De cette cohésion culturelle, l'entreprise tire son énergie et sa stabilité.<sup>147</sup>

### Conclusion du chapitre

Au terme de ce chapitre, nous concluons que les changements induit par l'intranet dans l'entreprise sont d'une immensité similaire à ceux introduits par l'internet dans nos sociétés, sa force non seulement de communication, mais aussi de mémoire, d'interaction, d'information, de mise en relation et de convergence des flux fait de l'intranet un phénomène majeur dans la survie des organisations.

L'intranet accélère par ailleurs des changements déjà à l'œuvre au sein des organisations, telles que le développement des réseaux, la gestion des connaissances, les modes de travail collaboratifs, etc.

Pour maîtriser la réussite opérationnelle et la durabilité des projets, il est nécessaire de prendre en compte ces multiples impacts de l'intranetisation sur l'organisation. Il s'agit de s'assurer que l'entreprise évolue d'une manière adhérente avec la mise en œuvre des outils intranet.

---

<sup>147</sup> MARC Saliou , FREDERIC Alin , XAVIER Amoros, op.cit, P97.

## **Conclusion générale**

## Conclusion générale

---

L'utilisation des TIC et leurs rôles stratégiques qui leur ont été assignés dans la vie économique de l'entreprise s'inscrit à la fois dans un mouvement de l'évolution et d'innovation technologique de plus en plus large et plus pertinents. Les impacts des TIC sur le fonctionnement de l'entreprise est multiforme, il transcende et module son organisation, sa relation avec son environnement et enfin son adaptation à cet environnement.

Effectivement, Les TIC transforment les frontières de l'entreprise, bouleversent la nature de ses relations avec les autres entreprises et a vu sans doute une mutation profonde des tissus de production des biens ou de services dans les entreprises. En effet, le cas des grandes entreprises qui ont induit assez tôt l'usage de nouvelles technologies à l'image de l'intranet ont provoqués d'une manière souhaitée ou non souhaitée des changements organisationnels qui tantôt touche à la communication interne, au mode de travail, aux conditions de travail, au même, a revisité sa structuration et ses modèles de coordination entre les différents départements qui l'a composé.

L'analyse théorique a permis de conclure qu'actuellement le recours à l'intranet comme un outil prépondérant de communication interne pour l'entreprise est crucial, et constitue un levier non négligeable dans la recherche de la performance.

L'intranet a induit un certain nombre d'effets sur la communication interne de l'entreprise, cela a abouti dans la majeure partie à une fluidité dans la circulation de l'information, le gain de temps, favorise la transparence et la transversalité dans le travail et la coordination, mais aussi, renforce la mutualisation des connaissances du personnel de l'entreprise d'une manière plus particulière. Ce dernier élément peut induire dans certains cas à une éclosion d'une variété de la culture d'entreprise.

Pour conclure, il est important de relever que ce travail de recherche a été analysé dans sa globalité sous une perspective théorique. Cette limite est due essentiellement à l'absence d'étude de cas (stage pratique) qui est, par ailleurs, une conséquence directe de la pandémie Covid-19 qui secoue le monde près d'une année.

# *LISTE BIBLIOGRAPHIE*

## **I.Ouvrage :**

- Aldose. N, le Behan, M, MONIN, M, BREAL, Rosny BTS assistant de gestion de PME et de PMI, Information, Communication, Organisation, 2eme éd de, 2003.
- Almeida N, Libaert T, La communication interne des entreprises, édition dunod,Paris,2014.
- BENAOUN, T, RAMDANI, L, BOURENNANE, b L'impact du réseau Intranet sur la performance de l'utilisateur dans l'entreprise algérienne, juin 2016.
- BERNADETTE JÉZÉQUEL, Philippe GÉRARD, la boîte à outils de la communication, 4èmeEdition, DUNOD, 2019.
- Binouze C., Fournier P, Du Montcalm B.T. (1997), Management et intranet, Hermès, Paris.
- BOUTARY Martine, NTIC et PME : des usages aux stratégies, 3ème Ed l'Harmattan, Paris,2003
- BROUSEAU, E, RALLET, in Guillon B., Huard P, Oreillard M. & Zimmerman J.B., (es), Economie de la Connaissance et Organisation; Entreprises, territoires, réseaux, L'Harmattan, Paris, 1997.
- DEMEURS Claude. Aide de mémoire marketing, édition Dunod 2008.
- DUPLIPOVIC, A . Vierdu, D. Les intranets et leur écosystème, portrait des usages et meilleurs pratiques, cefrioorganisme , Montreal,2014.
- DURAN Anthony, DARTIGUES Stéphan et ROCHE Gaëtan Université de Perpignan Via Domini Institut Jacques Maillot - Licence 2005
- DUTERME, C, La communication interne entreprise : l'Approche de Palot Alto et l'analyse des organisations, Editions De Boeck Université, 2002.
- ERIC, Bizut, Marie-Hélène Chum sans la communication, 2eme EDITION, DUNOD, PARIS, 2012.
- Frédéric A. Denis L. Jean-François M, De l'analyse des besoins de l'entreprise à la mise en œuvre des solutions, édition EYROLLES.
- Frédéric ALIN, Denis LAFONT, Le projet intranet (de l'analyse des besoins de l'entreprise à la mise en œuvre des solutions. deuxième édition 1998.



- HANRIET Bruno et Maurice Imbert, DRH : tirez parti des technologies, Editions d'Organisation, France 2002.
- Jacquet, Pierre, Nouvelle économie : du virtuel au réel, Ed Donud.
- LAFONT, Le projet intranet de l'analyse des besoins de l'entreprise à la mise en œuvre des solutions. deuxième édition 1998
- LENDREVIE, J. LEVY, D, LINDON *D. Mercator, 8e édition, Dunod 2006.*
- LENDREVIE. J, BAYNEST. A, « publication », 6ème édition, édition Dalloz, 2004.
- LIBAERT, WESTPHALEN, M. COMMUNICATOR , 7ème Edition, DUNOD, PARIS, 2012.
- MALAVAL Philipe, DECAUDIN Jean-Marc et BENAROYA Christophe, Pen ta com. (communication corporate, interne, financière, marketing b-to-c et b-to-b, 3eme éd Pearson, Paris, 2012.
- MARC Saliou, FREDERIC Alin, XAVIER Amoros, L'entreprise intranet. guide de conduite de proje : Guide de conduite de proje, 1ère édition, Eyrolles, 2002.
- Mary JOHATCH, Ann L CUNLIFFE, Théorie des organisations, de Boeck, Québec, 2009.
- Michel KALIKA, Management et TIC, Liaison, 2006, Pays Bas.
- Philippe Morel, Communication d'entreprise stratégie et techniques, 1ère édition, 2015.
- Philippe, Morel la communication interne, 2eme édition, Vuibert, 2002
- RENCKER Edouard, le nouveau visage de la communication interne, Edition, Eyrolles, Paris 2008.
- RENCKER, E, Le nouveau visage de la com' interne, Edition, Eyrolles, Paris.
- RENCKER, E. Le nouveau visage de la communication interne, Edition, EYROLLES, Paris, 2008.
- SAADOUN MéliSSa, « Avec le temps », Organisation, Paris, 1998.
- SAADOUN MéliSSa, l'insertion des TIC et leurs effets sur la rentabilité de l'entreprise, cas pratique : entreprise portuaire de Bejaia, session juin 2008/2009, avec le temps, Edition Paris, 1998.
- WESTPHALEN Marie Hélène, Communicator, le guide de la communication d'entreprise 3ème Edition, Dunod.
- ZUBOFF, S, In the age of the smart machine, Basic Books, New-York, 1988.

## **II.Revues :**

- Bessem Boubaker, Karim Said, Les implications managériales de l'utilisation des TIC dans le secteur hôtelier : le cas du groupe ACCOR, revue gestion 2000/2011.
- COHENDERT, P, GUITTARD, C, SCHENK, E, « *Adoption d'outils Tic dans un contexte hiérarchique* *Revue française de gestion, N° 172, 200.*
- Le bureau pour l'Afriques du Nord de la connaissance économique des nations Unie pour l'Afrique (CEA-AN), Economie de la connaissance en Afrique du nord, Maroc, 2011.
- Mahdi Azzouz, La place des réseaux de correspondants auprès des utilisateurs finaux d'intranet Dans *Communication & Organisation* 2013/2 (n° 44)
- PATRICK C, Adoption d'outils TIC dans un contexte hiérarchique, le cas du forum intranet (Dans *Revue Français de gestion*).
- PEAUCELLE, J L « La malléabilité organisationnelle des TIC », *Revue française de gestion, n°172,2007.*
- PEAUCELLE, J L « La malléabilité organisationnelle des TIC », *Revue française de gestion, n°172,2007.*
- REIX, R, changements organisationnels et technologies de l'information, Conférence à l'Université Saint- Joseph, Beyrouth, Liban, 28/10/2002.
- Selon LIVIAN, Y. F. (2001)52 F, BEZER, P, [et al] (2003). - Association nationale des directeurs et cadres de la fonction personnel.- France : *Revue personne.- Vol 15*
- Sylvie Grosjean, Luc Bonneville. Dans *Revue française de gestion* 2007/3 (n° 172).

## **III.Thèses :**

- OSMANI, Zakaria, l'impact des technologies de l'information et de la communication sur l'organisation de l'entreprise. Thèse de doctorat Science sociales, Oran. Université d'Oran2, 2016.
- Osmani, Zakaria. L'impact des technologies de l'information et de la communication sur l'organisation de l'entreprise. Thèse de doctorat en Science sociales, Oran. Université d'Oran2, 2016.

#### **IV.Mémoires :**

- Abdelkader RACHEDI, L'impact des tics sur l'entreprise, cas pratique : entreprise Sonal gaz, Université Saida, 2006.
- BENZINE Mohamed Amine, L'impact de l'Intranet sur la communication interne de l'entreprise : Cas de « NAFTAL BRANCHE CARBURANT DISTRICT Béjaïa », mémoire de fin d'étude fin de cycle, université de Bejaia, 2018.
- Beunche, V, Aide à la maîtrise d'ouvrage d'un intranet et anticipation du changement sur le travail quotidien des collaborateurs, mémoire de fin d'étude fin de cycle, Paris : CNAM, 2011.
- Fayçal Zouhir et Kamel LAKHRIF, Tic et GRH, université Ibn Zohra-Master2007.
- TRIQUENAUXX, V, Quelle démarche qualité pour la gestion quotidienne d'un intranet, mémoire de fin de cycle, Paris : institut national des techniques de la documentation, 2005.

#### **V.Sites :**

- <http://www.resoo.org/docs/reseau/tcp-ip.pdf> consulté.
- <http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/>.
- <http://stephane-alexi.over-blog.com/article-historique-des-tic-44969908.html>
- <http://www.aps.dz/ar/pageview.asp>
- <http://www.systemesdinformation.fr>
- <https://www.commentcamarche.net/contents/324-intranet-et-extranet>.
- <https://www.est-usmba.ac.ma/Alaoui/cours%20internet/CNTICSUP.pdf>
- <https://www.memoireonline.com/01/10/3125/Limpact-des-TIC-sur-lentreprise.html>
- [https://www.memoireonline.com/04/12/5743/m\\_Virtualisation-d-un-reseau-intranet3.html](https://www.memoireonline.com/04/12/5743/m_Virtualisation-d-un-reseau-intranet3.html).
- [https://www.memoireonline.com/04/12/5743/m\\_Virtualisation-d-un-reseau-intranet3.html](https://www.memoireonline.com/04/12/5743/m_Virtualisation-d-un-reseau-intranet3.html).

# **TABLE DES MATIERES**

**Liste des abréviations**

**Liste des figures**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Introduction générale.....</b>   | <b>1</b>  |
| <b>La problématique de recherche .....</b>  | <b>4</b>  |
| <b>Hypothèse de recherche .....</b>   | <b>5</b>  |
| <b>Structuration de la recherche.....</b>   | <b>5</b>  |
| <b>Chapitre I : Généralités sur les Techniques de l'Information et de la Communication (les TIC).....</b> | <b>8</b>  |
| <b>I.1.Historique des TIC .....</b>   | <b>8</b>  |
| <b>I.2.Définitions des TIC .....</b>  | <b>10</b> |
| <b>I.2.1. Technologie : .....</b>   | <b>10</b> |
| <b>I.2.2. L'information : .....</b>   | <b>10</b> |
| <b>I.2.3. La communication : .....</b>  | <b>11</b> |
| <b>I.3.L'origine des TIC.....</b>   | <b>13</b> |
| <b>I.4.Caractéristique des TIC .....</b>  | <b>13</b> |
| <b>I.4.1. Efficacité: .....</b>   | <b>13</b> |
| <b>I.4.2. Sans temps : .....</b>  | <b>13</b> |
| <b>I.4.3.Décentralisation: .....</b>  | <b>13</b> |
| <b>I.4.4.Connectivité : .....</b>   | <b>13</b> |
| <b>I.4.5.Mobilité : .....</b>   | <b>13</b> |
| <b>I.4.6.Convertibilité : .....</b>   | <b>14</b> |
| <b>I.4.7.Démystification : .....</b>  | <b>14</b> |
| <b>I.4.8.Répartition : .....</b>  | <b>14</b> |
| <b>I.4.9.La multi analité:.....</b>   | <b>14</b> |
| <b>I.5. Les outils des TIC .....</b>  | <b>14</b> |
| <b>I.5.1.Les ordinateurs .....</b>  | <b>14</b> |
| <b>I.5.2. Les logiciels.....</b>  | <b>15</b> |
| <b>I.5.3.Les réseaux de télécommunications .....</b>  | <b>15</b> |
| <b>I.5.4.Les puce intelligentes .....</b>   | <b>16</b> |
| <b>I.6.Les différentes TIC .....</b>  | <b>16</b> |
| <b>I.6.1.Internet: .....</b>  | <b>17</b> |
| <b>I.6.2.La Messagerie électronique : .....</b>   | <b>17</b> |

|   |    |
|---|----|
| <b>I.6.3.Forum (newsgroup) :</b> .....  | 17 |
| <b>I.6.4.Chat ou IRC (Internet Relay Chat) :</b> .....                            | 18 |
| <b>I.6.5.L’Intranet:</b> .....  | 18 |
| <b>I.6.6.L’extranet :</b> .....   | 18 |
| <b>I.7.L’investissement dans les TIC :</b> .....                                  | 19 |
| <b>II.1. Les TIC influencent l’organisation</b> .....                             | 20 |
| <b>Conclusion du chapitre</b> .....   | 25 |
| <b>I.1.Historique de la communication interne</b> .....                           | 27 |
| <b>I.1.1.L’éducation : la communication interne explique l’entreprise :</b> ..... | 28 |
| <b>I.1.2. La motivation : la communication interne façonne une image :</b> .....  | 28 |
| <b>I.1.3.La coopération : la communication comme facteur d’équilibre :</b> .....  | 29 |
| <b>I.2.Définition du concept de la communication interne</b> .....                | 29 |
| <b>I.3.Les outils de la communication interne</b> .....                           | 30 |
| <b>I.3.1 Les moyens écrits :</b> .....  | 30 |
| <b>I.3.1.1.Le journal d’entreprise :</b> .....                                    | 31 |
| <b>I.3.1.2.Les outils traditionnels :</b> .....                                   | 31 |
| <b>I.3.2. Les moyens oraux :</b> .....  | 32 |
| <b>I.3.2.1.L’entretien individuel :</b> .....                                     | 32 |
| <b>I.3.2.2.La gestion des réunions :</b> .....                                    | 32 |
| <b>I.3.2.3.La télé Réunion :</b> .....  | 32 |
| <b>I.3.2.4.Le forum électronique :</b> .....                                      | 32 |
| <b>I.3.3.Les supports techniques</b> .....  | 33 |
| <b>I.3.3.1.Le journal électronique :</b> .....                                    | 33 |
| <b>I.3.3.2.L’agence d’information :</b> .....                                     | 33 |
| <b>I.3.3.3.l’intranet et la communication électronique</b> .....                  | 33 |
| <b>I.4.Les fonctions de la communication interne</b> .....                        | 33 |
| <b>I.5.les types de la communication</b> .....                                    | 34 |
| <b>I.5.1. La communication descendante (hiérarchique) :</b> .....                 | 34 |
| <b>I.5.2 La communication ascendante (ou salariale) :</b> .....                   | 34 |
| <b>I.5.3. La communication transversale (latérale) :</b> .....                    | 34 |
| <b>I.6.Les principes de la communication interne</b> .....                        | 35 |
| <b>I.6.1. La volonté exprimée de la part du responsable :</b> .....               | 35 |
| <b>I.6.2. La transparence :</b> .....   | 35 |
| <b>I.6.3.La clarté</b> .....  | 35 |
| <b>I.6.4. La rapidité</b> .....   | 36 |

|   |    |
|---|----|
| <b>I.6.5. Le long terme</b> .....   | 36 |
| <b>I.7. Les objectifs de la communication</b> .....   | 36 |
| <b>I.8. La place et le rôle de la communication interne dans l'entreprise</b> .....   | 37 |
| <b>I.8.1. La place de la communication interne</b> .....  | 37 |
| <b>I.8.2. Le rôle de la communication interne</b> .....   | 38 |
| <b>II.1. Historique de l'intranet</b> .....   | 38 |
| <b>II.2. Définition de l'intranet</b> .....   | 40 |
| <b>Figure n° 03 : Les fonctionnalités de l'intranet</b> .....   | 41 |
| <b>Source : MATMATI Mohamed « Les nouvelles formes d'organisation Induites par les TIC », revue PERSONNEL n°437, février 2003.P48</b> ..... | 41 |
| <b>II.3. Les caractéristiques d'intranet</b> .....  | 41 |
| <b>II.4. Les types d'intranet</b> .....   | 41 |
| <b>II.4.1. Le portail de redirection :</b> .....  | 41 |
| <b>II.4.2. Les applications indépendantes :</b> .....   | 42 |
| <b>II.4.3. Le système intégré :</b> .....   | 42 |
| <b>II.5. Les fonctions de l'intranet</b> .....  | 42 |
| <b>II.5.1. Ressources humaines :</b> .....  | 42 |
| <b>II.5.2. Stratégie, finances, comptabilité :</b> .....  | 43 |
| <b>II.5.3. Marketing et commercial :</b> .....  | 43 |
| <b>II.5.4. Production, métier :</b> .....   | 43 |
| <b>II.5.5. Moyens, logistique, informatique :</b> .....   | 43 |
| <b>II.6. L'intranet réseau social pour l'entreprise</b> .....   | 43 |
| <b>II.6.1. L'intranet réseau social pour l'entreprise :</b> .....   | 44 |
| <b>II.7. Les fonctionnalités de l'intranet</b> .....  | 45 |
| <b>II.7.1. Réactivité de l'informatique :</b> .....   | 47 |
| <b>II.7.2. Réduction des coûts de papiers :</b> .....   | 47 |
| <b>II.7.3. Connaissance de l'entreprise et gain de temps :</b> .....  | 47 |
| <b>II.8. Les apports de l'intranet dans la fonction de la communication interne au sein de l'entreprise</b> .....                           | 48 |
| <b>II.8.1. Intranet au service du client</b> .....  | 48 |
| <b>II.8.2. Mieux connaître le client</b> .....  | 49 |
| <b>II.8.3. Innover plus rapidement :</b> .....  | 49 |
| <b>II.8.4. Trouver les bonnes idées :</b> .....   | 50 |
| <b>II.8.5. S'adresser à une clientèle mondiale :</b> .....  | 51 |
| <b>II.8.6. Se rapproché du client :</b> .....   | 51 |
| <b>II.8.7. Améliorer la productivité</b> .....  | 51 |

|  |    |
|--|----|
| <b>II.9. Les risques et limites de l'intranet</b> .....                          | 53 |
| <b>Conclusion du chapitre</b> .....  | 54 |
| <b>Chapitre III :</b> .....  | 55 |
| <b>L'impact de l'intranet sur la communication interne de l'entreprise</b> ..... | 55 |
| <b>I.1. Les Services de l'intranet :</b> .....                                   | 56 |
| <b>I.2. Architecture d'un Intranet :</b> .....                                   | 57 |
| <b>II.1. L'intranet un facteur de flexibilité</b> .....                          | 60 |
| <b>II.1.1. Concilier division du travail et coordination :</b> .....             | 60 |
| <b>II.1.2. Evolution des rôles et structures</b> .....                           | 61 |
| <b>II.1.3. L'intranet un outil d'autonomie :</b> .....                           | 61 |
| <b>II.2. Intranet et mutation de l'information</b> .....                         | 62 |
| <b>II.2.1 Révolution des modes de lectures</b> .....                             | 62 |
| <b>II.2.2. Modification des rapports à l'information</b> .....                   | 62 |
| <b>II.2.3. Une évolution des besoins d'expression</b> .....                      | 63 |
| <b>III.1. L'intranet comme concrétisation de la stratégie d'entreprise</b> ..... | 63 |
| <b>III.1.1. Développement de la relation client :</b> .....                      | 65 |
| <b>III.1.2. Amélioration des synergies avec les partenaires :</b> .....          | 65 |
| <b>III.1.3. Renforcement du sentiment d'appartenance :</b> .....                 | 66 |
| <b>III.1.4. Gestion de la connaissance :</b> .....                               | 66 |
| <b>III.1.5. Reconfiguration des processus :</b> .....                            | 67 |
| <b>III.2. Intranet source de fracture numérique</b> .....                        | 67 |
| <b>III.2.1. Fracture physique :</b> .....  | 67 |
| <b>III.2.2. Fracture culturelle</b> .....  | 68 |
| <b>III.2.3. L'intranet modifie l'organisation</b> .....                          | 69 |
| <b>III.2.4. L'intranet face aux autres dimensions de l'organisation :</b> .....  | 69 |
| <b>Conclusion du chapitre</b> .....  | 70 |
| <b>Conclusion générale</b> .....   | 72 |
| <b>Bibliographie</b>   |    |
| <b>Résumé</b>  |    |

## **Résumé :**

Cette étude se veut une analyse des TIC et leurs apports sur l'organisation et la gestion de l'entreprise, mais plus particulièrement elle s'est accentuée sur les effets et impacts que peut induire l'usage de l'*intranet* dans la fluidité de l'information au sein de l'entreprise.

Effectivement, L'intégration de l'intranet dans la nouvelle dynamique de l'entreprise est devenue une fonction cruciale, elle est d'ailleurs aperçue comme un outil indispensable pour les dirigeants des entreprises afin d'assurer une facilité et une circulation des informations, cet outil est privilégié à la fois pour sa rapidité et son efficacité entre les différents collaborateurs et structures de l'entreprise. Toutefois, l'étude comporte aussi en son sein l'analyse des effets que peut produire l'utilisation de l'*intranet* sur plusieurs échelons qui forment l'entreprise, notamment, en ce qui trait aux procédés d'exécution des opérations et des tâches , la structuration de l'entreprise ainsi que sur la coordination avec les multiples organes de gestion et de production de l'entreprise.

**Mots clés :** TIC, entreprise, communication interne, intranet, organisation, effets, exécution.

The study is an analysis of ICTs and their contribution to the organization and management of the company, but more particularly it focused on the effects and impacts that the use of the intranet can induce in the flow of information within the company.

Indeed, the integration of the intranet in the new dynamics of the company has become a crucial function, it is also seen as an indispensable tool for business leaders to ensure ease and circulation of information, this tool is preferred both for its speed and efficiency between the various employees and structures of the company. However, the study also includes an analysis of the effects that the use of the intranet can have on several levels that make up the company, particularly with regard to the processes for carrying out operations and tasks, the structuring of the company and coordination with the company's multiple management and production bodies.

**Keywords:** ICT, companies , internal communication, intranet, organization, effects, execution.