

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA. BEJAIA
FACULTE DES SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES
DEPARTEMENT DES SCIENCES SOCIALES

MEMOIRE DE FIN DE CYCLE

En vue de l'obtention d'un diplôme de Master

Option : Sociologie de travail et des ressources humaines

Thème

**L'impact de communication interne sur la motivation des salariés
au sein de l'entreprise Algérienne privé**

Le cas des salariés de l'entreprise cevital de Bejaia

Réalisé par :

M^{elle}. Hamoudi Aziza

M^{elle}. Iouknane Sabrina

Encadré par :

Mme: Hellal Ghenima

Session Juin 2015.

REMERCIEMENTS

Avant d'entamer la présentation de notre travail, il est agréable d'adresser nos remerciements à ***DIEU*** le tout puissant qui nous a procuré du courage, de la volonté et de la patience pour terminer ce travail.

Nos profonds remerciements vont à tous ceux et celles qui nous ont aidé de près ou de loin, pour réaliser notre travail. Nous aimerions surtout remercier particulièrement notre promotrice Madame Hellal.

Nos vifs remerciements vont aussi aux membres du jury qui ont accepté d'évaluer ce travail.

Nos sincères remerciements à Monsieur Takka notre promoteur à l'entreprise Cevital, sans oublier Monsieur Madi pour sa contribution .

Nous tenons par ailleurs à exprimer nos très hautes considérations à tous les enquêtés, qui ont collaboré et contribué à la concrétisation de ce travail, ainsi qu'à toute l'équipe de l'entreprise Cevital

Enfin, nous tenons à remercier tous les professeurs de notre faculté des sciences humaines et sociales.

Dédicaces

Je dédie ce travail :

A mon père :

J'aurais tant aimé que tu sois là aujourd'hui à mes côtés mais la vie en a décidé autrement, rien de tout cela n'aurait été possible sans toi, je suis ici grâce à toi, aucun mot ne saura exprimer l'amour que je te porte.

Que Dieu t'accueille dans son vaste paradis

A ma mère :

Symbole de la bonté par excellence et source de tendresse, tu m'as toujours soutenu et encouragé dans mes moments de doute, aujourd'hui je te dis MERCI.

A yemma Hadja :

Tu es ma deuxième maman, tu m'as toujours aimé et soutenu, que Dieu t'accorde une très longue et heureuse vie.

A mon cher mari Idir :

Tu es toujours là quand il le faut, tu as été mon soutien durant toutes ces années d'études, le bonheur que tu m'as apporté est irremplaçable, rien d'autre ne peut être plus important à mes yeux que de te le rendre.

A toute ma belle famille

A mes sœurs et frères :

Selma, Souad, Hassina, Syla, Mayà, Farid et Kamel.

A ma binome Azziza et à toute sa famille

A toutes les personnes qui comptent pour moi

Sabrina

Dédicaces

*Je tiens sincèrement à dédier ce modeste travail à mes chers parents
qui m'ont formée et encouragée pendant ma formation . Que Dieu
les protège et les garde en bonne santé.*

A mes très chères sœurs.

A mes frères.

A tous mes cousins et cousines

A ma Binôme : Sabrina et sa famille.

A tous mes amies, mes collègues, à ceux qui m'aiment.

*A tous les professeurs qui m'ont enseignée durant mon
cursus universitaire.*

*A toute la promotion sociologie de travail et des ressources
humaines 2015/2016.*

AZIZA

La Liste des abréviation

L'abréviation	La signification
CE	Comité d'entreprise
DRH	Direction des Ressources Humaines
ERG	Existence Relatedness et Growth
GRH	Gestion des Ressources Humains
UJJEF	Union des journaliste d'entreprise de France

Liste des tableaux

N° Tableau	titre	Page
N° 1	La répartition des enquêtés selon les catégories sexe.	51
N° 2	La répartition des enquêtés selon la catégorie d'âge.	52
N° 3	La répartition des enquêtés selon la situation familiale.	53
N° 4	La répartition des enquêtés selon le niveau d'instruction.	53
N° 5	La répartition des enquêtés selon l'ancienneté au travail.	54
N° 6	La répartition des enquêtés selon la situation socioprofessionnelle.	55
N° 7	La répartition des enquêtés selon la communication avec le supérieur.	55
N° 8	La répartition des enquêtés selon les moyens de la communication interne et niveau d'instruction.	56
N° 9	La répartition des enquêtés selon La personne à communiqué en cas problème.	57
N° 10	La répartition des enquêtés selon les moyens d'expressions des idées	58
N° 11	La répartition des enquêtés selon la personne qui se charge de l'information dans l'entreprise	59

N° 12	La répartition des enquêtes selon l'importance de la communication interne au sein de l'entreprise.	59
N° 13	La répartition des enquêtes selon l'existence des moyens d'expression des idées	60
N° 14	La répartition des enquêtes selon la langue utilisée dans le milieu de travail et la catégorie socio professionnelle	61
N° 15	La répartition des enquêtes selon le rapport entre les objectifs de la communication interne et les objectifs de l'entreprise Cevital	62
N°16	La répartition des enquêtes selon la possibilité de leur remplacement en cas de leurs absences	63
N° 17	La répartition des enquêtes selon leurs informations sur tous les changements qui se produisent au sein de l'entreprise	64
N°18	La répartition des enquêtes selon l'existence des blocages lors de la diffusion de l'information.	65
N°19	la répartition des enquêtes selon leur le mode de la communication le plus motivant.	65
N° 20	La répartition des enquêtes selon le mode de la communication le plus motivant et la transmission le contenu de la communication interne	66
N° 21	répartition des enquêtes selon leur motivation au travail et le sens de la communication interne	68

N° 22	La répartition des enquêtés selon le travail en groupe comme porteur de motivation et la catégorie socio professionnelle.	70
N°23	répartition des enquêtés selon la volonté de resté au sein de l'entreprise.	71
N° 24	la répartition des enquêtés selon le travail en groupe et les relations entre les groupes	72
N° 25	La répartition des enquêtés selon leur proposition pour motiver les salaries	73
N °26	Répartition des enquêtés selon leurs avis sur l'importance de la communication interne	74
N° 27	la répartition des enquêtés selon leurs attentes avec leur collègue de travail.	75

Le SOMMAIRE

Introduction

Partie théorique

Chapitre 1 : Le cadre méthodologique de la recherche

Préambule

- 1- Les raisons du choix du thème.....9
- 2- Les objectifs de l'étude.....9
- 3- La problématique.....11
- 4- La formulation des hypothèses.....14
- 5- Définition des concepts et notions clés..... 15
- 6- La méthode et la technique utilisée.....18
- 7- Les difficultés rencontrées.....22

Conclusion

Chapitre II : la communication interne de l'entreprise

Préambule

- 1- Historique de la communication interne.....23
- 2- Le processus de communication.....24
- 3- Définition de la communication interne.....25
- 4- Les objectifs de la communication interne26
- 5- Les circuits de la communication interne.....27
- 6- Les outils de la communication interne.....29
- 7- L'élaboration de La politique d'information et de la communication..... 34

Conclusion

Chapitre III : la motivation des salaires au travail.

Préambule

- 1- Définition du concept de la motivation des salaires.....36**
- 2- Les types de motivation des salaires.....36**
- 3- Les sources de motivation des salaires37**
- 4- les études mener sur la motivation des salaires.....37**
- 5- la motivation force interne43**

Conclusion

Les domaines de l'étude sur le terrain

Chapitre I : Le cadre spatiotemporel .

Préambule

- 1- présentation générale de CEVITAL.....44**
- 2- les activités de l'entreprise de CEVITAL.....45**
- 3- les objectifs de l'entreprise CEVITAL.....46**
- 4- présentation de l'administration du personnel de l'entreprise
CEVITAL.....47**
- 5- le rôle de la communication interne au sein de l'entreprise
CEVITAL.....48**
- 6- Les moyens de la communication interne au sein de l'entreprise
CEVITAL.....48**
- 7- La motivation des salaires de l'entreprise CEVITAL.....49**

Conclusion

Chapitre II : Analyse et interprétation des résultats

Préambule

1- Les caractéristiques de la population d'étude.....	51
2- Analyse et interprétation des données	51
3- Synthèse des résultats	79
Conclusion.....	80

Liste bibliographique

Annexes

Introduction

Introduction :

L'élément principal de la réussite de l'organisation est la manière d'établir la communication interne qui est un outil stratégique pour l'organisation qui consiste à diffuser et à communiquer des informations pour permettre à l'entreprise et à ses acteurs internes qui sont les ouvriers, administrateurs, ingénieurs et les autres; d'exister, de collaborer, prendre part, de travailler et de produire. Donc la communication au sein d'une entreprise sert à mobiliser les ressources et à intégrer le personnel.

Une meilleure stratégie de communication interne renforce la cohésion entre les catégories socio professionnelle, elle crée une espèce de confiance afin de motiver les salariés et les aider à se positionner, car un salarié motivé à l'intérieur fait une entreprise stable et organisée à l'extérieur.

La communication interne est l'une des préoccupations des managers d'entreprise qui doivent mettre en place les mesures nécessaires pour motiver ses salariés afin de se développer, d'accompagner les changements organisationnels et d'avoir une bonne image interne et externe.

C'est dans ce cadre que se situe notre travail de recherche ; qui étudie l'impact de la communication interne sur la motivation des salariés au sein de l'entreprise Cevital de Bejaia

Pour bien cerner notre thème, nous avons divisé ce travail en deux parties : Une partie théorique et partie pratique, et chaque partie est divisée en chapitres.

La première partie est la partie théorique, est composée de trois chapitres.

Le premier chapitre consacré au cadre méthodologique de la recherche, le seconde chapitre porte sur les généralités la communication interne de

Introduction

l'entreprise et le troisième chapitre consacré pour la motivation des salaires au travail.

Pour le deuxième partie qui est la partie pratique elle se compose de trois chapitres l'un est consacré à la présentation générales de l'entreprise Cevital

Enfin le deuxième chapitre est consacré pour l'analyse et l'interprétation des résultats qui contient à son tour les caractéristiques de la population d'enquête et l'analyse et interprétation des données de notre recherche afin d'arriver à la fin à confirmé ou à infirmé nos hypothèses.

Pour en finir, nous avons élaboré une conclusion générale pour résumer notre thème d'étude.

La partie théorique

Chapitre I :

Cadre méthodologique de recherche

Dans ce cadre méthodologique, nous avons pris en considération le cadre conceptuel où nous trouvons les raisons du choix du thème, les objectifs de la recherche, la problématique, les hypothèses et enfin la définition des concepts utilisés.

La démarche méthodologique de la recherche où nous trouvons la méthode et la technique de la recherche, la population d'étude et les difficultés rencontrés, a aussi été prise en compte.

1. Les raisons du choix du thème :

Nous avons abordé le thème intitulé : « L'impact de la communication interne sur la motivation des salariés » pour les raisons suivantes :

- ✓ Approfondir notre connaissance en gestion des ressources humaines et précisément la communication interne de l'entreprise.
- ✓ Une meilleure préparation à la vie professionnelle et cela par la connaissance du mode de travail à travers la communication et la motivation des salariés.
- ✓ Connaître l'impact de la communication interne sur la motivation des salariés.
- ✓ Observer la réalité de la communication interne et de la motivation des salariés au sein d'une entreprise Algérienne privée.
- ✓ Avoir une idée sur l'importance accordée à la communication et à la motivation des salariés de la part de managers d'entreprise.

2. Les objectifs de l'étude :

- ✓ Fournir aux autres chercheurs qui s'intéresseraient à ce thème après nous une source de documentation fiable.
- ✓ Démontrer l'importance du facteur humain et de son développement en accordant une importance à la communication interne de l'entreprise.

- ✓ Découvrir l'impact des moyens de communication interne utilisés et adoptés par l'entreprise Cevital sur la motivation des salariés.
- ✓ Sensibiliser les responsables de Cevital sur le rôle et l'intérêt accordés à la communication pour l'évolution économique des entreprises.

3. La problématique :

Le fondement de chaque entreprise repose en premier lieu sur la diffusion de l'information car elle ne peut pas fonctionner sans l'échange d'information entre la direction et les différents service de l'entreprise et pour cela, cette dernière doit mettre les moyens nécessaires pour créer les relations de confiance et de respect même entre les salariés et la hiérarchie de l'entreprise à travers la communication interne, d'ailleurs, l'école de Polo Alto a confirmé l'impossibilité de ne pas communiquer : « Elle voit qu'il est impossible de ne pas communiquer, on peut considérer que tout communique »¹

L'enjeu primordial de chaque organisation est de produire des biens et des services d'où vient la nécessité de donner une importance au facteur humain, la diffusion de la communication accroît la capacité d'agir et favorise l'intégration et la dynamique de l'ensemble.

La communication interne est un moyen de consolider l'esprit d'entreprise et de développer le sentiment d'appartenance, ce qui fait motiver. Elle crée des liens de cohésion entre les catégories socioprofessionnelles, ainsi qu'elle favorise la confiance pour une bonne motivation des employés, car un personnel motivé à l'intérieur fait une entreprise stable avec une approche collective ce qui contribue à la cohésion entre les différents membres de cette dernière.

La communication interne est considérée comme une information et à la fois une relation, ce qui permet à l'entreprise de donner une existence à son produit, activité ou son idée. A cet effet, l'entreprise prend en charge les mesures nécessaires pour une communication de qualité à travers laquelle se repose pour accompagner son projet socio-économique et de management comme elle accompagne la mise en place d'une culture d'entreprise et de valeurs communes, donc elle motive ces employés aussi

¹ GAGNON Sylvie, Guide de Gestion des Ressources Humaines, éd TECHNO Compétence, Québec, 2003, P119

qu'elle les fédère par une bon prise en charge, en répondant à leurs besoins à travers cette communication qui mobilise et fait naître une certaine conscience pour qu'ils mènent à mieux leurs taches.¹

D'ailleurs pour l'école des relations humaines et les études menées par Eton Mayo 1920 et son équipe montrent que « l'efficacité des organisations dépend de la capacité de celle-ci à prendre en compte les besoins de l'être humain au travail. La morale du groupe dépend de l'entente des employés et leurs relations avec la hiérarchie. Celle-ci ne doit pas seulement donner des instructions mais aussi prendre en compte la dimension affective et émotionnelle. »²

Sous l'effet de la mondialisation et aujourd'hui avec les nouvelles technologies de l'information et de communication, les entreprises industrielles Algériennes considèrent la communication interne comme un élément major du développement de la production et de la motivation, où les entreprises choisissent les outils efficaces pour la transmission et la diffusion des informations qui garantissent le développement et la réussite de leurs activités.

De se fait, la communication interne et la motivation sont devenu l'enjeux de tout manager d'une entreprise privée ou public, car le succès de cette dernière repose en premier lieu sur le dialogue avec leur salariés. C'est dans cette optique que nous avons décidé de mener une recherche sociologique sur l'impact de la communication interne sur la motivation des salariés au sein de l'entreprise Algérienne privée Cevital. Nous posons cette question qui consistera à découvrir comment la communication interne influe sur la motivation des salariés dans l'entreprise Cevital ?

¹ LETHIELLEUX Laetitia, L'essentiel de la Gestion des Ressources Humaines, 5^{eme} éd L'extenso, Paris, 2011, pp 95-96

² SOUTENAIN J.F-Farcet .P, Organisation et Gestion de l'Entreprise, éd, Berti, Paris, 2000, P10

Et cela nous a mené à poser des questions suivantes :

Est-ce que la communication interne au sein de l'entreprise Algérienne privée Cevital est considérée comme un élément motivationnel des salariés ?

- ✓ Les outils de la communication interne mis en œuvre par l'entreprise favorisent-elle la motivation des salariés ?
- ✓ Comment la communication interne contribue à la création d'un esprit d'équipe au sein de l'entreprise ?

4. Les hypothèses :

Tout travail de recherche scientifique doit être précédé par des suppositions ou des réponses préalables à la problématique posée dites hypothèses définies par Madeleine Grawitz comme « une explication provisoire de la nature des relations entre deux ou plusieurs phénomènes »¹.

Donc l'hypothèse principale que nous avons formulée comme une probable réponse pouvant expliquer notre question est la suivante : La communication interne est considérée comme un élément motivationnel pour les salariés au sein de l'entreprise.

À côté de cette hypothèse principale, nous évoquons les hypothèses secondaires suivantes :

- ✓ La mise en œuvre des moyens efficaces de la communication interne contribue à la motivation des salariés.
- ✓ L'entreprise dispose d'une communication interne qui crée un esprit de groupe, ce qui engendre la motivation des salariés.

¹ Grawitz Madeleine, Lexique des Sciences Sociales, 7^{ème} édition Dalloz, Paris 2000, P 211

5. Définition des concepts clés :

✓ La communication

Transmission du message chimique entre cellules, un dialogue entre deux personnes, l'activité des médias ou encore la circulation de l'information dans l'entreprise ¹

En sociologie, la communication est définie par Durkheim comme une interaction d'un réseau où s'échangent et se partagent des représentations collectives.

C'est rendre en commun pour un organisme ou un système situé en un point donné au stimulus et aux expériences d'un individu ou système situé en un autre lieu et à une autre époque en utilisant l'élément de connaissance qu'ils ont en commun ²

✓ La communication interne :

C'est une réponse à la distance qui se creuse entre les hommes et les structures au sein de l'entreprise, cette distance a pour origine ; l'accroissement de la taille des organisations, la spécialisation croissante des ressources humaines et la nécessité de décentraliser, voir délocaliser, les activités. La communication interne permet de rétablir le lien entre la direction et les salariés.

Une autre définition de la communication interne peut être donnée : La communication interne pourra se définir comme l'ensemble de mécanismes (formels ou informels) favorisant les possibilités d'un échange au terme duquel chacun des acteurs de l'entreprise aura le sentiment d'avoir atteint ses objectifs d'information et d'écoute de l'autre³.

¹ Sous la Direction de JEAN François, **science Humain**, éd science humain, 2004, P 98

² EDMAND Marc et DOMINIQUE Picard, **Relation et Communication Interpersonnelle**, éd Dunos, Paris, P 157

³ PIERRE Citeau J, **Gestion des Ressources Humaines**, 4^{ème} éd, ARMAND Colline, Paris, 2002, P154

✓ Définition opérationnelle de la communication interne :

La communication interne est un moyen de relation et de cohésion, il s'agit de mobiliser, d'entraîner l'adhésion des travailleurs et de créer un sentiment d'appartenance de manière à améliorer le fonctionnement global de l'entreprise, avant même d'être un outil de transmission d'informations et des directives à exécuter. Elle représente l'un des facteurs essentiels de l'entreprise pour motiver ces éléments

✓ La motivation :

« La motivation est un ensemble des déterminants interne de la conduite des facteurs déclenchant les comportement mécanisme par lesquels s'on rend compte de l'apparition, la transmission de l'activité des organismes, ce qui fait agir les individus.... »¹

Une autre définition de la motivation :

« La motivation est une force physique qui pousse l'individu à agir pour atteindre un but. La motivation désigne à la fois l'énergie et les facteurs qui gênèrent cette énergie.

« Les motivations sont des déterminants de l'action, de comportements des individus, etc. »²

✓ Définition opérationnelle de la motivation :

La motivation est un état psychique de la personne qui ce pousse à réagir, à passer a l'action par un changement de comportement.

¹ Grawitz Madeleine, **Méthode des Sciences Sociales**, 7^{ème}éd, Dalloz, Paris, 2001, PP 285-286

² MALIE de Bois Landelle Henry, **Dictionnaire de Gestion**, éd Economica, Paris, 2001, P280

✓ L'entreprise :

« Organisation autonome de moyens matériels, financiers et humains (facteurs capital et travail) ayant vocation à exercer une activité économique (production, transformation ou distribution de biens et de services) dans le but de réaliser un profit »¹

« L'entreprise est une « entité économique de production de biens et de services rémunération des facteurs ou des fournisseurs de se qui ont contribué par leur combinaison à cette production. »²

✓ Salarié :

« Actif occupant un emploi dont le contrat de travail est fondé sur une relation de subordination à un employeur. Le salarié loue sa force de travail à l'employeur en échange d'une rémunération appelée salaire »³

Une autre définition du salarié est la suivante :

« Actifs salariés qui ont une activité de transformation de la manuelle qui sont délivrés du souci d'organiser leur travail. Ils peuvent ainsi consacrer leurs forces énergies à produire. »⁴

✓ Le groupe

Ensemble, large, restreint de personnes ayant des trait communs (opinions, goûts, activités)

Entre autre Lewin qui est un psychologue Américain (1890-1947) définit le groupe comme « un tout structuré dont les propriété sont différentes de le somme des parties »⁵

¹ ALLAIN Bruno, **Dictionnaire de l'économie et de Science Sociale**, Ellipses, éd Marketing S.A, 2005, P186

² BERNARD Lamizet, AHMED Silm, **Dictionnaire Encyclopédique des sciences de l'information et de la communication**, Ellipses, éd Marketing, S A, 1997, P228

³ BRUNO Alain, opcit P 415

⁴ Ibid., P 18

⁵ ANDRE Akoun et PIERRE Ansart, **Dictionnaire de la sociologie**, 1999, P 246.

✓ Définition opérationnelle de l'esprit de groupe :

L'esprit de groupe est considéré comme un lien entre des personnes qui partagent le même événement.

6. méthode et techniques utilisées :**✓ La technique utilisée :**

Selon Madeleine Grawitz : « tout recherche à caractère scientifique, doit compter sur l'utilisation des procédés opératoires, rigoureux et susceptibles d'être appliqués dans la réalité que l'on appelle technique.»¹

✓ Pré-enquête :

L'utilisation d'une pré-enquête qui se présente comme l'une des étapes de la recherche, permet de se familiariser avec le terrain et d'avoir des informations et de collecter des données relatives aux sujets d'étude.

(Avoir la population d'enquête, accès au lieu d'étude, les variables à utiliser dans les hypothèses connaître les indicateurs et le choix de la méthode). Notre pré-enquête s'est déroulée durant la période du (15/03/2015 jusqu' au 22/03/2015, en ayant des entretiens exploratoire auprès des salariés des différents services de l'entreprise Cevital, pour recueillir plus d'information sur le thème que nous avons traité. Cela nous a permis d'avoir une idée sur le fonctionnement de la communication interne comme il nous a aidés dans la construction de la problématique, la formulation des hypothèses et le questionnaire. Pour la réalisation de cette étude la thématique du questionnaire est un choix adéquat qui va nous permettre d'avoir des prés éléments numérique de notre objet de recherche comme l'explication R.Quivy et L.Vancanpenhaudt Luc l'enquête par questionnaire consiste à poser un ensemble de répondants, le plus souvent représentatifs d'une population une

série de questions relatives à leur situation sociale, professionnelle ou familiale, à leur opinions, leur attitudes, à leur égard d'opinion ou enjeux humaines et sociaux, à leur attentes, à leur niveaux de connaissances ou de conscience d'un événement ou d'un problème ou encore surtout autre point qui intéresse les chercheurs. »¹

✓ **La méthode adoptée :**

Le choix et l'utilisation d'une méthode à une relation avec le sujet de la recherche qui nous permet de faire le point sur l'impact de la communication interne sur la motivation des salariés au sein de l'entreprise Cevital.

La méthode est définie par Omar Aktouf comme suit : « c'est la procédure logique d'une science c'est-à-dire l'ensemble des pratiques particulières qu'elle met en œuvre pour que le cheminement de ses démonstrations et des théorisations soit claire, évident, irréfutable. »

« La méthode est constituée d'un ensemble de règles, qui dans le cadre d'une science, sont relativement indépendants des contenus et des faits particuliers étudiés en tant que tel. Elle se traduit sur le terrain, par la continuité d'une recherche. »²

Toute recherche scientifique exige une méthode à suivre et qui guide le chercheur vers les réalisations des objectifs auxquels il est destiné. Le choix de la méthode n'est pas le fruit du hasard, il est déterminé par la nature du sujet de recherche.

¹ Quivy Raymond et Van Capenhoudt Luc, **Manuel de Recherche en Science Sociales**, éd Bordas, Paris, 1988, P 82.

² M. Grawitz ; **Méthode des sciences sociales**, 11^{ème} édition, Dalloz Paris, 2003, p 15

² AKTOUF Omar, **Méthodologie des Sciences Sociales et Approches Qualitatives des Organisations**, éd les presses de l'université du Québec, Montréal, 1987, P 27

Donc l'impact de la communication interne sur la motivation des salariés au sein de l'entreprise Cevital, nous a incités à utiliser la méthode quantitative qui consiste à recueillir des informations et d'interpréter ces derniers auprès des catégories internes au sein de cette entreprise.

Boudon définit la méthode quantitative comme suite : « le recueil des informations comparables d'un élément à l'autre, c'est cette comparabilité des informations qui permet ensuite les dénombrement et plus généralement, l'analyse quantitatives des données. »¹

« Les méthodes quantitatives visent d'abord à mesurer, peuvent être ordinales du genre plus grand ou plus petit, ou numérique avec l'usage de calcul »²

✓ **Le questionnaire :**

Le choix de technique du questionnaire est en raison de résultats attendus de notre enquête qui sera quantitativement étudiée, car « l'application d'un questionnaire à un échantillon permettant une inférence statistique au cours de laquelle nous vérifions les hypothèses élaborées au cours de la première phase et nous les compléterons par des renseignements chiffrés »

« Le questionnaire est l'ensemble de questions écrites portant sur un sujet particulier et obéissant à des règles précises de préparations, de construction et de passation. Il existe une grande variété de questionnaires que l'on classe selon le but visé : d'opinions, d'intérêts, de connaissance, de motivation »¹

Le questionnaire de l'enquête regroupe de 30 questions relatives au sujet de l'étude (la question à choix multiples, fermés, ouvertes et semi ouvertes)

Les questions de questionnaire sont divisées en trois axes :

¹ BOUDON Raymond, *les Méthodes des Sciences Sociales*, 11^{ème} éd actualisées, PUF, Paris, 1969, P 31

² Maurice Angeres, *opcit*, P 60

1^{ère} AXE : porte sur les données personnelles.

2^{ème} AXE : porte sur les outils de la communication interne.

3^{ème} AXE : porte sur la communication interne et l'esprit de groupe.

✓ **La population d'enquête :**

Notre population est constituée par l'ensemble des salariés de l'entreprise Cevital et précisément dans la DRH (Direction des Ressources Humaines) soit 80 de l'ensemble subdivisés en trois catégories : Exécution, Maîtrise, Cadre.

✓ **L'échantillon et l'échantillonnage :**

« L'échantillon est un sous-ensemble d'éléments d'une population donnée, alors qu'une technique d'échantillonnage est l'ensemble des opérations permettant de sélectionner un sous-ensemble d'une population en vue de constituer un échantillon. »¹

Notre échantillon est constitué les salariés de l'entreprise Cevital de la direction des ressources humaines, qui représente un effectif 80, nous avons distribué 70 éléments, récupéré seulement 40, pour le questionnaire et nous avons touché toutes les catégories socioprofessionnelles existant au sein de l'entreprise.

Dans notre recherche nous avons choisi l'échantillonnage probabiliste s'appuyant la théorie mathématique des probabilités. Elle se caractérise par le fait qu'en les utilisant chaque unité de la population mère a la même chance qu'une autre choisie au sein de l'échantillon. C'est donc le hasard qui détermine le choix des unités de la population mère.²

¹ DEPELIEU François, la Démarche d'une recherche en Sciences Humaines, éd De boeck, Québec, 2000, p214

² F Depelieu, La Démarche d'une Recherche en Sciences Humaines, éd De boeck, Québec, 2000, P215.

La technique de l'échantillon est aléatoire simple c'est l'une des techniques probabilistes, les techniques aléatoires pures « C'est le procédé le plus simple qui correspond le plus rigoureusement à la notion du choix housard. Il est utilisable si l'on dispose d'une liste nominative des unités constituant l'univers de l'enquête. »¹.

7. Les difficultés rencontrées :

Les difficultés rencontrées sont liées à quelques obstacles de la recherche sur le terrain par rapport à notre sujet d'étude :

- Les difficultés d'avoir un contact avec les ouvriers.
- Le niveau d'instruction faible de certains enquêtés nous a causé des difficultés dans l'interprétation et la compréhension de leurs réponses
- Suit à la lenteur des réponses et aux absences de nos enquêtés, nous avons accusé un grand retard dans la collectes des questionnaires. Car la plupart des salariés ne pouvaient pas remplir les questionnaires sur place. D'autre ont finis par les égarer ou les oublier carrément.
- Perte d'un nombre important des questionnaires.

Conclusion

¹ JEAN Louis Loubet del.Bayle, Initiation aux Méthodes des Sciences Sociales, éd L'Harmattan, 2003, Paris, P65.

Pour bien mener notre démarche de recherche, nous avons suivi plusieurs étapes dans ce chapitre. La définition du problème de recherche nous a poussés à suivre une méthode quantitative pour bien approcher notre objet d'expérimentation.

Le choix de la technique de recherche est aussi une obligation de suivre le support de recherche, c'est bien évidemment le questionnaire.

Chapitre II :

**La communication interne au
sein de l'entreprise**

Afin de mieux comprendre comment la communication interne agit comme un facteur de motivation des salariés, il faut d'abord comprendre la communication interne, sa place, son rôle et son objectif au sein de l'entreprise. Cela nous permettra de savoir ses chemins, ses circuits, ses moyens et son plan.

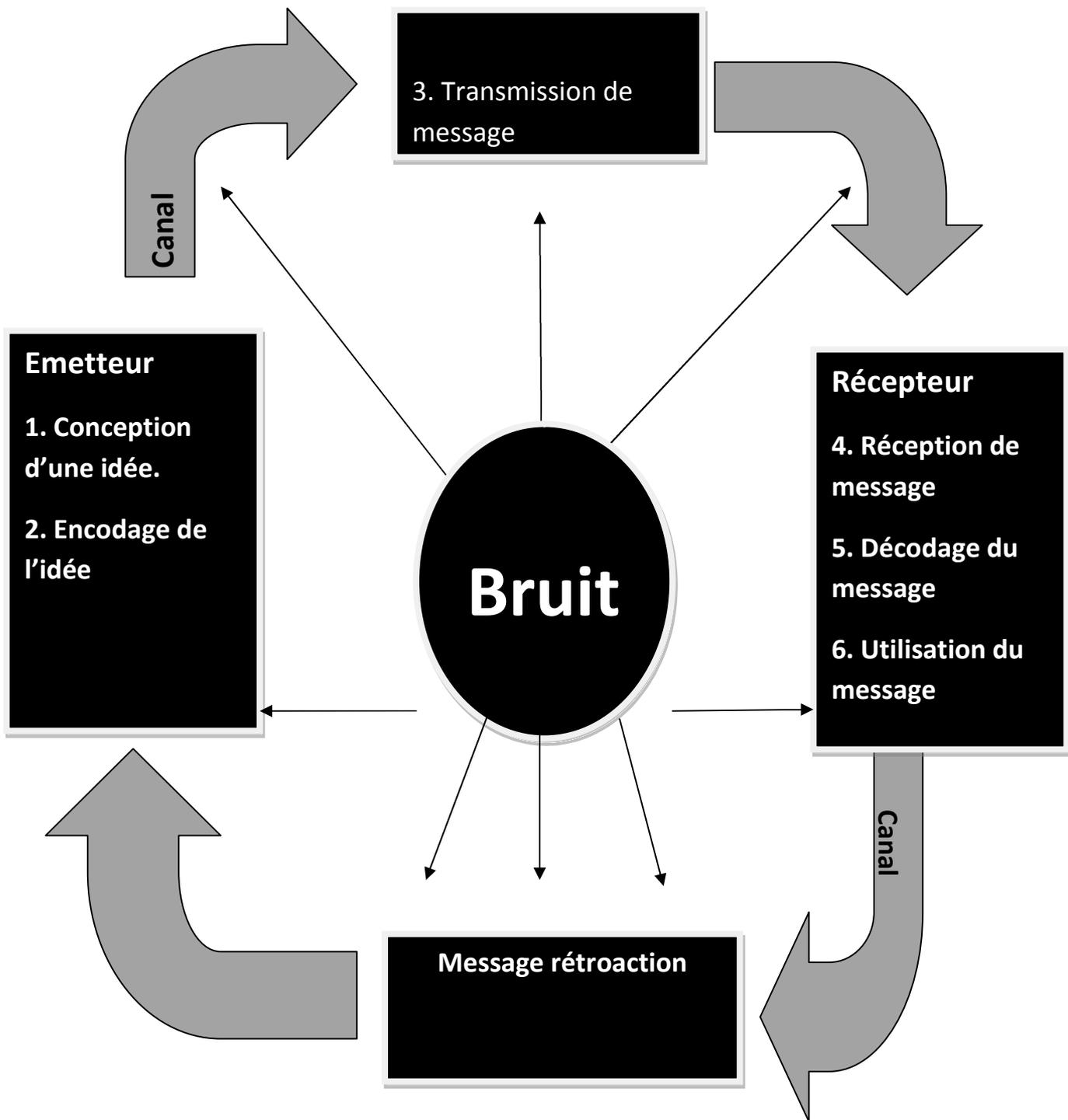
1. Historique de la communication interne :

Les premiers termes de communication interne sont en relation étroite avec l'apparition des journaux d'organisation. Son émergence remonte à des années après la guerre même si les journaux d'entreprise existaient depuis plus d'un siècle et la création des comités d'entreprise, « le chef d'entreprise est tenu d'informer périodiquement le comité d'entreprise sur la situation de l'entreprise » et la création de L'UJEF (Union des journalistes d'entreprises de France) en 1947. ¹

Donc les premiers pas de la communication sont avec l'avènement de l'ère industrielle avec les besoins de transmission des informations et des consignes à leurs salariés.

En 1980 apparaissent les premiers journaux internes et l'identification de communication comme fonction à part entière, environ un siècle après, l'avènement des premières agences de conseil et d'audit et les moyens de communication interne ont connu une évolution croissante depuis leur apparition avec l'autonomie 1996 où les entreprises françaises se lancent dans l'intranet.

¹ Philippe DETEIE /Catherine BROYE, La Communication Interne au Service du Management , 2^{ème} éd, LAISONS 2001 ,P39



Le processus de communication ¹

¹ SHIMON L. Dolan, ERIC Gosselin, et autres, Psychologie du travail et comportement Organisationnel, 2^{ème} éd Gaetan Morin, 3^{ème} trimestre 2002, P 154.

Pour une communication efficace, il faut mettre en action des éléments cités dans le schéma précédent :

L'émetteur et le récepteur constituant le partenaire de la communication, le message et, le codage, le décodage, le dernier élément constitue et le bruit dans la communication, tout ça peut s'expliquer de la manière suivante :

- ✓ **L'émetteur** : est la personne qui envoie le message.
- ✓ Le récepteur : est celui qui reçoit le message.
- ✓ **Le codage** : est l'ensemble des signes, des règles de combinaison de ces signes.
- ✓ **Le message** : l'ensemble des signes et des symboles émis par l'émetteur.
- ✓ **Le bruit** : l'ensemble des perturbations venant détruire la transmission de message, ou bien le différent blocage d'information ou difficultés de la compréhension de message.

2. Définition de la communication interne :

« la communication interne est un ensemble de principes, d'actions et de pratiques visant à donner du sens d'action et de pratique donnant de l'âme pour favoriser la cohésion et à inciter chacun à mieux communiquer pour favoriser le travail en commun . »¹

Elle regroupe les actions mises en œuvre au sein d'une entreprise destinées aux salariés, elle s'inspire de plus en plus souvent à des techniques de communication marketing.

La communication interne donc, a pour objectif principal de valoriser la culture d'entreprise et d'y faire adhérer les acteurs internes, de faire comprendre et de partager la stratégie pour une réactivité, à partir des besoins , elle produit les supports et les actions nécessaires et aussi utilise les réseaux humaines ou matériels adoptés pour la distribution .

¹SHIMON L. Dolan, opcit, p 42

3. Les objectifs de la communication interne : ¹

La communication interne est directement liée aux objectifs qu'on peut attribuer, ces derniers peuvent être regroupés en trois grandes catégories : Premièrement ; accompagner le projet socio-économique de l'entreprise, deuxièmes ; accompagner le management, troisièmes accompagner la mise en place d'une culture d'entreprise et de valeurs communes. Ces objectifs doivent être mis en parallèle avec les deux situations de mise en œuvre d'une communication : la vie courante de l'entreprise, d'une part les événements exceptionnels tels que les crises, les changements d'actionnaires.

✓ **Accompagner le projet socio-économique de l'entreprise :**

Les acteurs de l'entreprise sont informés sur les projets économiques, sociaux et culturels, de leurs organisations et ils gèrent aussi les mutations et les changements organisationnels pour attribuer à la résistance de ce dernier qu'est un objectif d'information au salariés, donner un bilan chiffré pour une transparence et une confiance. suivre les primes de fin d'année pour accompagner le changement organisationnel et lui expliquer les raisons de ce dernier, donc le rôle de la communication interne offre la possibilité à chacun de préciser son domaine d'intervention et de répondre au besoin de cohésion globale propre à chaque entreprise, aussi la communication interne permet de diffuser auprès de tous les salariés la stratégie globale de l'entreprise.

✓ **Accompagner le management :**

Pour les organisations Tayloriennes : Ici les tâches et les rôles sont décomposés et divisés, la communication est quasi absente.

¹ Laetitia Lethielleux, L'essentiel de la Gestion des Ressources Humaines, 5^{ème} éd L'Extensio, 2011/2012, pp 95-97

Dans le cadre des organisations pyramidales, la communication est essentiellement ascendante car elle est dictée par l'importance du lien hiérarchique.

Au sein des organisations en raison, les canaux de communication interne sont multiples, elle correspond au management par projet, le lien hiérarchique est aplani et le management se veut plus participatif.

✓ **Accompagner la mise en place d'une culture d'entreprise et de valeur commune :**

La communication interne favorise le développement d'une culture d'entreprise et fédère les employés pour créer une culture d'entreprise commune. La communication offre aux services des ressources humaines un support de diffusion des valeurs de l'entreprise et contribue à l'intégration des nouveaux embauchés.

4. Les circuits de la communication interne :

- ✓ **Le circuit hiérarchique :** la communication doit être exercée au plus haut niveau pour avoir des valeurs d'exemple et de faire l'objet de sensibilisation et de formation spécifique, donc la ligne hiérarchique véhicule naturellement et nécessairement des informations, son existence est une nécessité organisationnelle qui commande le bon fonctionnement de l'efficacité de l'entreprise, le relais hiérarchique est particulièrement important en terme de communication car il facilite l'adaptation du message au public, il permet à l'émetteur de vérifier que l'information est bien passée et au récepteur de bien réagir et recueillir des informations opérationnelles. Dans ce circuit les moyens utilisés sont écrits ou oraux : affichage, réunion, entretien.....L'avantage de ce derniers est sa proximité avec les opérateurs¹.

¹ NICOLE d'Almeida et Thierry Libaert, La Communication Interne de l'Entreprise, 5^{ème} éd Dunod, Paris 2007, PP 18-20

- ✓ **Le circuit des instances représentatives :** Ce dernier a une existence régie par la loi, leur mission de représentation compte un volet important en matière de communication, droit de recevoir des informations de la direction et droit de transmission des informations au personnel, Il existe donc un dispositif d'information légale qui se compose de comité d'entreprise (C E) : les représentants des salariés qui ont pour fonction l'information, il associe le personnel au marché, les délégués syndicaux : champs d'action moins important, il s'agit d'un bilan sociale et l'aspect relatif à l'information, les délégués du personnel : Ils transmettent les réclamations individuelles et collectives des salariés à la direction d'entreprise, ils couvrent un champs large d'information qui va de la situation personnelle du salarié au marché d'entreprise .¹
- ✓ **Le circuit de la communication interne (formelle ou informelle) :** Ce circuit est organisé par la direction de l'entreprise, destiné à toucher un large public interne : le personnel et la population spécifique (cadres, agent de productions, force de vente), il s'agit d'irriguer le corps social de l'entreprise par un ensemble d'informations, son existence n'est pas une nécessité. Dans les petites entreprises mais au contraire, dans les grandes entreprises où il est nécessaire de délivrer une information homogène et commune et des messages, les types d'information continue dans ce circuit sont de la nature pédagogique, cette information est officielle et contrôlée, la source est connue. Elle répond aux besoins des salariés : celui d'information, elle réduit les écarts hiérarchiques, ici l'information doit passer par des échelons hiérarchiques, pour ces derniers, le personnels de l'entreprise aura plus d'informations sur le fonctionnement objectif, les contraintes et l'ensemble de ses activités²

¹ NICOLE D'Almeida et THIERRY Libaert, Opcit., PP 20-21

² Ibid , PP 17-23

- ✓ **Le circuit informelle (Rumeur) :** Consiste en la circulation d'information le plus souvent infondée sans source connue, elle constitue un mode de communication particulier qui existe dans la vie quotidienne et dans l'organisation sociale, elle est alarmiste, L'information se transmet d'une personne à une autre d'une façon informelle, son effet peut être dévastateur pour l'organisation. Elle traduit un grave dysfonctionnement dans la communication interne des rumeurs obéissent à une logique défini par Allport et Postman sur trois processus complémentaires : processus de réduction : à mesure que la rumeur tend à devenir plus courte, plus consiste et plus facile à comprendre et à raconter, d'accentuation : se définit comme la relation et comme reproduction sélective d'un nom Limité de détails provenant d'un contexte plus large, ou du renforcement certain détail qui prônent une place centrale dans la signification de rumeur et d'assimilation : réorganisation des informations autour de certain motifs centraux qui vont prendre une forme présentable.
- Allport 1965 a définit une rumeur comme : « affirmation générale que l'on présente comme vraie sans qu'il y'ait de données concrète permettant de vérifier son exactitude » ¹

5. Les outils de la communication interne :

A. Les moyens oraux :

L'oral est une technique de la communication qui permet le face à face avec autrui, il a pour objectif d'informer ou de motiver. Les moyens oraux se présentent sous plusieurs formes : la réunion, les entretiens et le téléphone.

✓ **Les réunions :**

C'est un moyen de communication descendant qui lie des personnes concernées par le même événement, la réunion est un outil d'information et de dialogue, cette dernière a pour objectif d'anticiper ou de prévoir des

¹ GUSTAVE Nicolas Fisher, Les Concepts Fondamentaux de la Psychologie Social, 4^{eme} éd, Dunod, 2010, P165

modifications futures et de tester la réaction du salarié de celle-ci, aussi elles ont pour but de renforcer l'appartenance à une communauté. Donc la réunion peut être un lieu de désamorcer les conflits entre les différents membres de l'entreprise est à la fois un lieu de travail, d'échange et de reconnaissance, malgré cela elle comprend toujours des obstacles par exemple la non disponibilité ou le refus de participation et le manque d'expression en liberté.

✓ **Entretien individuel :**

C'est un outil de communication qui permet le face à face avec les salariés ou les entreprises sont appelées annuellement a le faire en vue d'évaluer leur niveau de motivation dans le travail et les adapter à leur responsabilité vis à vis leur tâche¹.

✓ **Téléphone :**

Outil de communication interne ascendant qui contient des annonces brèves et rapides avec une ligne téléphonique aboutissant à une répondeur, il est indispensable pour le fonctionnement de tout entreprise, il permet de diffuser périodiquement des informations concernant la vie d'entreprise comme il peut être mis à jour quotidiennement à chaque semaine.

B. Les moyens écrits :

Dans la plupart des organisations, l'écrit représente la forme légale et la plus importante, il est le moyen le plus ancien qu'on utilise pour la transmission des informations. Il existe plusieurs supports : Le journal d'entreprise, la revue de presse, la note de service, panneau d'affichage, la boîte à idée (instrument du dialogue) et la documentation.

¹ NICOLA d'Almeida Thierry Libaet, La Communication Interne de l'Entreprise, 2^{ème} éd, Dunod, Paris 2000 P 64

✓ Le journal d'entreprise :

Le journal d'entreprise constitue l'un des supports privilégiés et plus réponsus pour la communication interne, est un média riche et souple qui contient des informations, il constitue une base pertinente d'annonce et de développement d'autres événements de communication interne. ¹

Le journal d'entreprise contient les activités réalisées par des salariés, les nouveaux embauchés, les départs et la stratégie d'entreprise à l'international. Donc le journal d'entreprise peut être régulier (périodique) ou bien selon les besoins et les accotions. Le journal d'entreprise doit informer, former, refléter tous les métiers courants, les activités d'entreprise, objectifs et attentes d'entreprise.

✓ La revue de presse :

C'est la diffusion organisée en interne des articles parus dans la presse externe , concernant l'entreprise .Son objectif est de faire circuler auprès des salariés , des informations publiées dans la presse externe et informer sur les opérations de l'entreprise pour assurer la continuité entre son environnement externe et interne , la diffusion peut être quotidienne , hebdomadaire ou mensuelle. ²

✓ Note de service :

C'est un message écrit qui circule à l'interne de l'entreprise dans un ordre hiérarchique descendant afin de donner des instructions , des consignes et des informations , elle est utilisée pour deux choses soit pour l'objet du diffusion ou d'exécution.

Donc la note de service est importante vus le manque d'interactivité et sa quantité importante³.

¹ Laetitia Lethiellaux, L'essentiel de la Gestion des Ressources Humaines, 5^{eme} éd ,2011-2012 , P 97

² Nicole D'Almeid , Thierry Libaert opcit, PP 46-47.

³ PHILLIPE DETRIE / Catherine BROYEZ, La Communication Interne Au Service Du Management ,2^{eme} éd Liaisons 2001, P 130

✓ Panneau d'affichage :

C'est un moyen d'informer, de sensibiliser et d'attirer l'attention d'autrui, l'affiche est considérée comme un droit de l'expression des salariés d'une entreprise, faite par les instances représentatives du personnel.

Donc l'affichage est un outil souple, rapide à diffuser avec un large impact qui doit être toujours visible, lisible, informative et régulièrement renouvelé.¹

✓ La boîte à idée :

C'est un outil de communication interne ascendant où les salariés peuvent introduire leur suggestion, interrogation ou proposition d'une manière anonyme, Elle permet de prendre des informations ou des améliorations dans l'interne et elle permet une interactivité entre l'émetteur et le récepteur avec une libre expression, mais elle peut être ignorée par les autres (pas de réponse) en ajoutant à ça lourdeur du système d'analyse des suggestions².

✓ La documentation :

C'est un moyen de communication interne sous forme de livres d'accueil, de plaquettes de présentation ou d'une salle de documentation ayant pour objectif de renseigner les salariés sur le fonctionnement interne et leur donner des informations sur l'accomplissement de leur tâche.

C. Les moyens électroniques :

L'émergence des nouvelles techniques de la communication en particulier les techniques électroniques est liée à l'informatique ou les entreprises ont remplacé les outils classiques de communication par d'autres outils dont nous citons : l'intranet, le message électronique, la vidéo transmission.

² PHILLIPE DETRIE / Catherine BROYEZ, opcit, P134

✓ L'Intranet :

C'est un réseau informatique privé, sécurisé, réservé au membre d'une même entreprise utilisant les technologies de l'intranet tel que la messagerie et les moteurs de recherche. Il permet la mise en place d'applications de type groupware où les utilisateurs peuvent accéder à l'information sur n'importe quelle base de données que l'organisation veut rendre disponible à n'importe quel moment et lieu. Donc les fonctionnalités offertes aux utilisateurs d'un intranet ont tendance à être rassemblées via un portail web qui s'affiche dans un navigateur web comme : (Firefox , Internet , Explorer , Opéra , Google Chrome) . ¹

✓ Le message électronique :

C'est un outil de travail qui permet d'adresser du courrier ou de simple messages à un ou plusieurs destinataires préalablement sélectionnés , Elle permet la diffusion immédiate d'information mais il peut être toujours une source de conflit si elle est mal utilisée à cause du manque de face à face entre l'émetteur et récepteur . ²

✓ La vidéo transmission :

Consiste à diffuser un programme de télévision spécifique auprès d'un public restreint. Elle permet de diffuser des conférences effectuées par l'entreprise et publier les résultats financiers pour informer les salariés de jour de l'annonce à la presse. ³

6. L'élaboration de la politique d'information et de communication :

Elle passe par trois étapes : Recueillir les besoins, définir les objectifs et enfin choisir les moyens.

A. Recueillir les besoins :

¹ LAETITIAI Lethielleux , L'essentiel de la Gestion des Ressources Humaines , 5^{eme} éd , L'extenso , 2011 / 2012 , P 99

² NICOLA d'Almeida THIERRY Libaert , Opcit , PP 57-58

³ NICOLA d'Almeida THIERRY Libaert , Opcit , PP 71-72

L'élaboration d'une politique d'information et de communication suppose au préalable un bilan diagnostic et une connaissance précise du terrain social, on cherche ainsi à :

- ✓ Cerner l'identité et la personnalité de l'entreprise (style de management, force et faiblesses).
- ✓ Répertorier les moyens d'information et de communication existants (supports, réunion)
- ✓ Rassembler les jugements portés sur ses moyens d'information et de communication.
- ✓ Il faut détecter tout ce qui peut entraver (un mauvais climat) ou faciliter la communication (confiance dans l'entreprise) ¹

B- Définir les objectifs :

Quand on termine les premières étapes de recueil des besoins, une collection de discours s'offre à l'analyse fondée sur la recherche du thème majors comme l'examen critique des besoins recueillis associés à une réflexion sur le devenir d'entreprise sur les événements prévisibles pouvant à terme le perturber, permet la prise en compte d'objectifs précis , classer les discours par univers celui des directeurs du cadre, agent de maîtrise ...et déterminer pour chaque un d'eux des typologies d'attitude et de besoin.

C- Choisir les moyens :

Pour établir une programmation rigoureuse qui comprend un recensement des supports utilisables, une description des procédures aussi que le repérage de leur opportunité à court et à long terme sans compter la mise en place initiale d'instruments de contrôle sous forme

¹ Jean Pierre Helfer et JACQUES Orsami, Ressources Humaines, 9^{ème} édition, Yuibert, 2004-2005, P 559

d'enquête qui permettent la mesure de l'impact des actions pour réadaptées ¹.

Conclusion :

On conclut que la communication interne a un rôle très important, avec ces moyens utilisés qui permettent de faciliter la circulation de l'information, de développer une dynamique collective et de favoriser le sentiment d'appartenance au sein de l'entreprise.

¹ JEAN Marie Peretti, Ressources Humaines et Gestion des Personnes, 8^{ème} édition Yuibert, 2012, PP 202-203

Chapitre III :

**La motivation des salariés au
travail**

La motivation est considérée comme un élément très important dans le développement de chaque entreprise, pour cela les managers doivent trouver des techniques pour atteindre la motivation idéale de leurs employés.

1. Définition de la motivation :

Selon Lévy-Leroyer « La motivation est un processus qui implique la volonté d'effectuer une tâche ou d'atteindre un but, donc un triple choix, faire un effort, soutenir cet effort jusqu'à ce que l'objectif soit atteint et y consacrer l'énergie nécessaire » ¹

Une autre définition : La motivation est « l'ensemble des facteurs déterminant l'action et le comportement d'un individu pour atteindre un objectif ou réaliser une activité et construire l'hypothèque utilisée à fin de décrire les forces internes ou produire le déclenchement, la direction, l'intensité et la persistance du comportement au travail » ²

2. Les types de motivation :

On décrit plusieurs types de motivation qui sont : la motivation d'affiliation, d'attitude, d'encouragement, de compétences et de puissance.

- ✓ **La motivation d'affiliation** : La tendance d'individu à la recherche des relations affectives, sociales avec autrui et établir des contacts.
- ✓ **La motivation d'attitude** : C'est le fait de savoir comment les individus sentent leur manière de penser et voir leurs croyances et leur confiance en soi et les attitudes vis à vis la vie.
- ✓ **La motivation d'encouragement** : La personne acquise ce type de motivation s'il lui attribue des récompenses à ses activités.

¹ Louch Claude, Introduction a la Psychologie du Travail et des Organisation, Concept de Base et Application, éd Armad Colin, Paris, 2007, P 33

² VALLERAND RJ et Thll EE, Introduction au Concept de Motivation, ed études vivantes Vigot, Laval (Quebec) 1993 P18

- ✓ **La motivation de compétence** : Ce type de motivation est propre à la personnalité d'un individu et à sa capacité d'établir une tâche de qualité, cette dernière dans la fierté et l'honneur de la personne. Ce dernier qui est sûr de ses capacités de créer ou de résoudre un problème ou un obstacle.
- ✓ **La motivation de puissance** : C'est un facteur ou une manière par laquelle la personne exerce un impact sur une autre afin de changer les gens et les situations et par la suite avoir la capacité d'assumer les risques et les conséquences de ses activités.

3. Les sources de motivation : ¹

La motivation peut avoir plusieurs sources à savoir :

- ✓ La nécessité (crise).
- ✓ L'amour de son travail.
- ✓ L'appréciation de son entourage.
- ✓ Le sentiment d'appartenance.
- ✓ La poursuite d'un but.
- ✓ L'altruisme.

4. Les études menées sur la motivation :

- ✓ **Modèle de « ERO » D'ALDERFER :**

Le modèle d'Alderfer diffère de celui de Maslow sur quatre points :

D'abord il limite le numéro des besoins à trois qui donnent leurs noms au modèle d'ERG

E : ensemble des besoins matériels y compris la recherche de sécurité.

R : Relatedness ; ensemble des besoins sociaux avoir des liens sociaux avec des personnes importantes pour soi, collègues, famille, amis.

¹ ENGELBINNE Marie, **Déplacement de la conceptualisation de la motivation professionnelle**, Ecole d'enseignement de promotion sociale de communauté, Française, Année Scolaire 2008-2009, P 87

G : Growth ; besoin de se développer et utiliser la compétence possédée.¹

Les trois besoins peuvent être actifs pour un même individu au même temps, il n'est pas nécessaire qu'un besoin soit satisfait pour qu'un autre devienne motivant, ce modèle ne permet pas d'affirmer si certains besoins sont plus motivant que les autres, ce que pour lui pour passer d'un besoin à un autre, il faut un changement du comportement dans le travail.

✓ **Le modèle de Kurt Lewin :**²

Kurt Lewin s'intéresse sur la motivation des salariés, il considère que les relations d'un individu ou d'un groupe à son environnement sont régies par des attractions et répulsions comparables à des champs de force.

Dans ses travaux sur l'apprentissage auprès des enfants LEWIN a établi la théorie du leadership selon laquelle il existerait différents types de leadership ayant chacun des configurations différentes, notamment en lien avec la qualité de la production du produit réalisé et de la satisfaction de son producteur.

Dans son expérience sur le leadership, Kurt Lewin a constitué trois groupes avec une implication différente de la part des animateurs du groupe. On retrouve trois conditions expérimentales : un groupe « directif » : où l'animateur occupe le statut de chef, un groupe « participatif » : qui participe avec tous les membres de groupe et un groupe « laissez-faire » : où l'animateur est en retrait face aux demandes du groupe. Les résultats de cette étude ont montré que le type de leadership pouvait avoir une influence sur le travail produit (qualité des biens manufacturés), mais aussi sur la satisfaction des producteurs (santé mentale au travail).

¹ LEVY LEBOYER Claud, La Motivation dans l'Entreprise Modèle et Stratégie, 2^{ème} éd, d'Organisations, Paris 2003, PP 41-42

² LAKHDER Sekiou, Gestion du Personnel, éd des organisations, Paris, 1986, P 331.

Lewin considèrent que les relations d'un individu ou d'un groupe dans son environnement sont régies par des attractions et des répulsions comparable à des champs de force, l'analyse du champ fournit un cadre pour examiner les facteurs : forces qui influencent une situation, et sont à l'origine des situations sociales.

D'après cette théorie, le processus de la motivation se déclenche lorsque l'individu identifie un but qu'il juge important pour lui, ce but le pousse vers un comportement précis.

✓ **Le modèle de MURRAY :**

MURRAY aussi fonde sa théorie de motivation sur l'existence du besoin. Il distingue vingt besoins différents, quatre entre eux ont été considérés par lui-même ; puis par Atkinson et par Clelland comme réellement importants dans le cadre des comportements organisationnels. Les besoins de réussite, d'affiliations, d'autonomie et de pouvoir.

La première pour lui est un facteur de succès professionnel notamment chez les cadres qui implique un fort désir d'assumer les responsabilités et un retour d'informations sur les résultats obtenus.

Le deuxième, le désir d'être accepté par les membres du groupe qui le soutiennent et le rassurent... car les personnes qui sont bien structurées, le soutien social et un cadre qu'elles souhaitent atteindre.

La troisième autonomie qui crée chez lui le désir de travailler seul à son propre rythme, sans pression ou règles à gérer. Pour lui, les individus avec une large autonomie trouvent des difficultés de s'adapter aux conditions à grandes organisations traditionnelles.

Le quatrième pouvoir est la capacité d'influencer sur les autres, les contrôler, avoir un désir de dominer et exercer une autorité sur autrui et avoir un rôle de leader.

✓ **Le modèle bi-factoriel des satisfactions de HERZBERG : ¹**

La théorie bi-factorielle affirme qu'il existe des facteurs bien spécifiques qui poussent l'individu à agir, à être motivé pour satisfaire ses besoins. Les facteurs de satisfactions au travail pour lui ne sont pas les mêmes que les facteurs d'insatisfactions, il considère que ces deux facteurs satisfaction et d'insatisfactions au travail agissent de manière indépendante aussi que le contraire de la satisfaction n'est pas l'insatisfaction, mais l'absence de la satisfaction de la même manière le contraire de l'insatisfaction est l'absence de l'insatisfaction.

Les facteurs d'insatisfactions sont relatifs aux conditions du travail et doivent avoir un niveau minimal de base, exemple : l'insatisfaction salaire, la sécurité au travail.

Pour lui les facteurs de satisfaction sont relatifs à l'épanouissement de l'individu dans son travail exemple : La satisfaction d'autonomie, l'intérêt du travail.

Les expériences menées par Herzberg et chercheurs ont conduit à deux conclusions, Il y a deux caractéristiques d'un emploi, celle des facteurs d'hygiène et celle des facteurs de motivation.

Le premier facteur est nécessaire pour maintenir un niveau acceptable de Satisfaction chez les travailleur exemple : les conditions du travail.

¹ GLAUD Lévy-Leboyer, La Motivation dans l'Entreprise Modèle et Stratégies, 2^{ème} éd, D'Organisation, 2003, PP 45-48

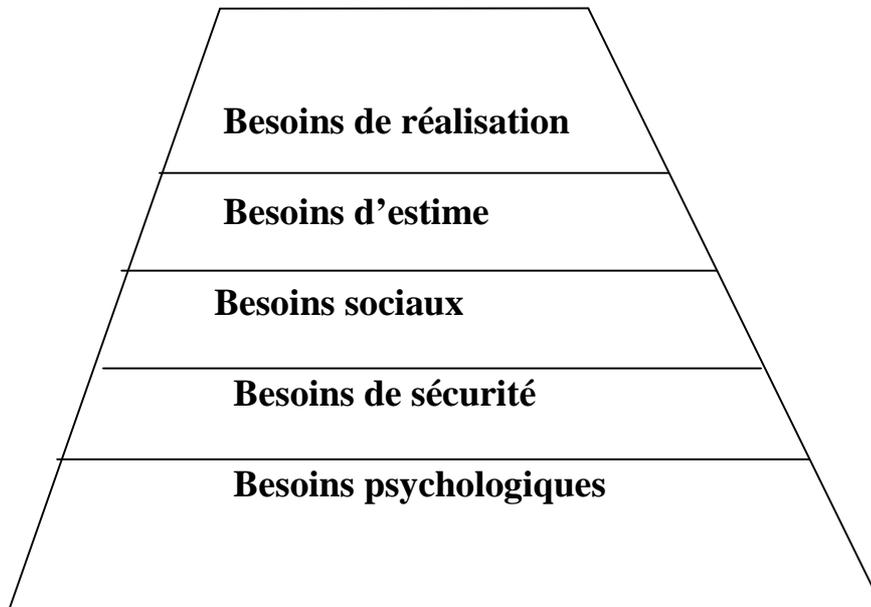
Le deuxième facteur donne à l'individu l'initiative de jouer un rôle plus actif par la satisfaction au travail dans son organisation exemple : la considération. Son travail a donné naissance à la technique de l'enrichissement de travail pour donner plus de motivation au travail et par conséquent plus de satisfaction aux travailleurs ; pour cela il propose de donner un sens au travail en accroissant les responsabilités et en leur accordant la considération.

✓ **Le model hiérarchique de MASLOW :**

Il montre que la trame de toute vie humaine est constituée par la satisfaction des besoins, qui caractérise tout les êtres humaines qui sont instructifs, biologique fondamental. Abraham Maslow a proposé une classification des besoins de motivation dans ses expériences il a observé que l'individu cherchais ces besoins et cherche à les satisfaire selon un ordre de priorité. Selon lui les besoins sont hiérarchiques, non pas qu'un besoin supérieur ne se manifeste pas tant que les besoins inférieurs ne sont satisfaits mais ce besoin supérieur ne peut être satisfait que dans la mesure où les précédant le sont. Maslow a proposé une pyramide de besoins ordonnée en cinq classes : besoin organique, besoin de sécurité, besoin d'appartenance, besoin de reconnaissance et besoin d'accomplissement.

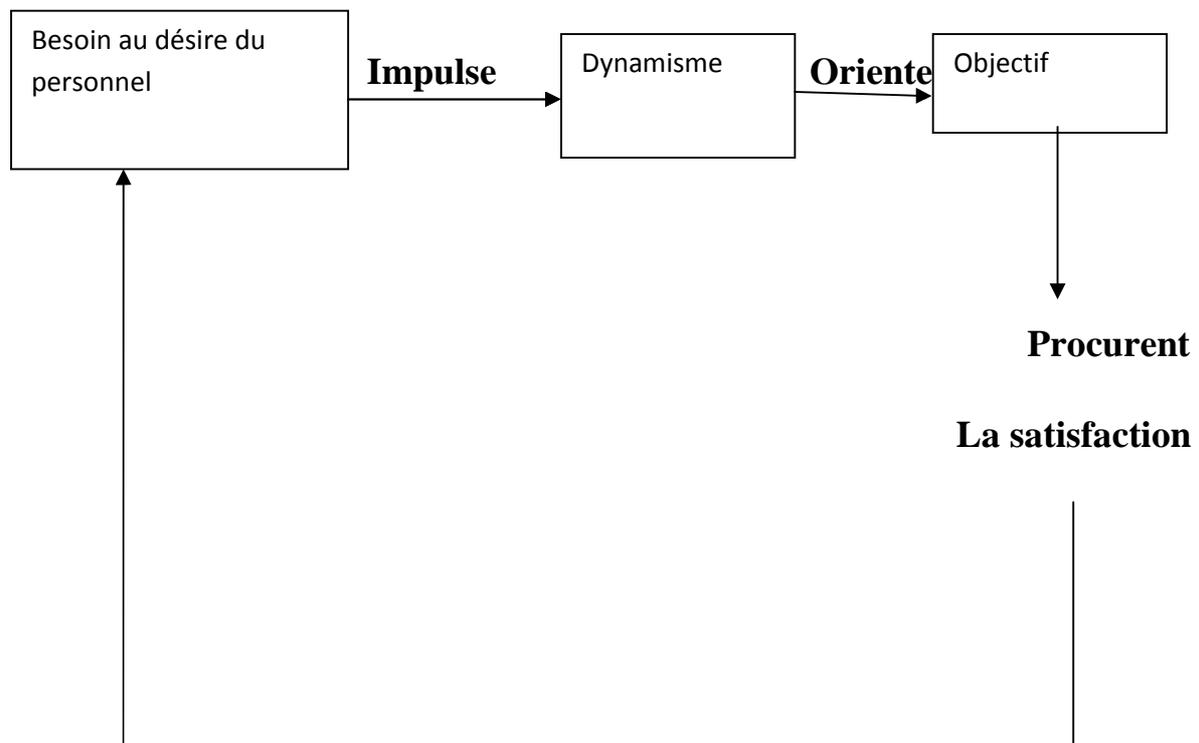
- 1- Besoin physiologique (organique) :** Il vise à assurer la survie, le gîte, le couvert, boire, manger, respirer et la santé.
- 2- Besoin de sécurité :** être protégé contre toute menace ou danger, stable et vivre sans peur.
- 3- Besoin d'appartenance :** il peut être satisfait par un développement de sentiment d'appartenance notamment par la culture de l'entreprise, les communications internes, les groupes de projet....
- 4- Besoin de reconnaissance :** ici on exprime l'envie d'être reconnu, apprécié, avoir l'estime d'autrui le respect et l'utilité.

- 5- **Besoin d'accomplissement** : réalisation du potentiel, il peut être satisfait par le développement personnel (formation, carrière ...) qui permet l'utilité et la compétence.



Pyramide des besoins de MASLOW¹

¹ JEAN Marie Peretti, Ressources Humaines et Gestion des Personnes, 8^{eme} éd 2012 Yuibert, P 29

Schéma de motivation : ¹**Schéma simplifié du processus de la motivation**

¹ GEORGE R Terrg, Stephen. G.Franchin, Les Principes du Management, 8^{eme} éd, Economica, Paris, 1982, P348

5. La motivation force interne : ¹

La motivation est considérée comme une force interne à l'individu qui le pousse à agir en cherchant la satisfaction de ses besoins restant et plus ces besoins sont aigus moins ils sont satisfaits plus ils nous conduisent à agir pour réduire ce décalage entre ce que nous souhaitons et ce que nous avons.

Lewin considère la motivation comme la recherche d'un objectif valorisé et le fait de s'en rapprocher qui motivent et augmentent le niveau d'activité donc la motivation est un moyen de combler les besoins individuelles qui dépend de ses caractéristiques personnelles comme les besoins, les pulsions comme Dolan et Alan la définissent, ils considèrent la motivation : « comme étant essentiellement reliée au fait de travailler pour le plaisir que procure l'accomplissement de la tâche »

Levy affirme que le fait d'être motivé c'est avoir des objectifs et des finalités derrière ces actions et faire les efforts nécessaires pour les atteindre.

Conclusion :

La motivation au sein de l'entreprise est considérée comme l'un des facteurs qui dynamisent et manipulent les comportements humains au travail, qui les pousse à agir pour atteindre des buts bien précisés pour cela l'entreprise doit prendre en charge le concept de motivation et créer un climat favorable à ses salariés.

¹ GLAUDE-Lévy-Lébyer, La Motivation dans l'Entreprise Modèle Stratégie 2^{eme} éd, 2003.

CLAUDE –Lévy-leboyer, **la Motivation dans l'Entreprise Modèles et Stratégies**, 2^{ème} éd, 2003, édition

d'organisation

La partie pratique

Chapitre I :

La présentation de l'organisme d'accueil

Chapitre I : Présentation générale de l'organisme CEVITAL**1. Présentation général de l'entreprise CEVITAL : ¹**

CEVITAL est une entreprise Algérienne créée par l'entrepreneur ISSAD REBRAB en 1998. C'est une seconde entreprise Algérienne par capital privé de 68.760 milliards de DA derrière Sonatrach, elle est l'un des fleurons de l'industrie agroalimentaire en Algérie qui est constituée de plusieurs unités de production équipées de la dernière technologie et poursuit son développement par divers projets en cours de réalisation, durant les cinq dernières années il a connu une expansion et un développement important par exemple : CEVITAL Food est passé de 500 salariés en 1999 à 3996 salariés en 2008.

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

A BEJAIA :

Nous avons l'entreprise la construction des installations suivantes :

- ✓ Raffinerie d'huile
- ✓ Margarinerie
- ✓ Silos portuaires
- ✓ Raffinerie de sucre

¹ Document interne de l'entreprise

EL KSEUR :

Une unité de production de jus de fruits « COJEK » à été rachetée par le groupe CEVITAL dans le cadre de la privatisation des entreprises publique Algériennes en Novembre 2006.

Sa capacité de production est de 14400t par an, le plan de développement de cette unité portera à 150000t / an en 2010.

A TIZI OUZOU :

A agouni gueghrane: au cœur du massif montagneux de Djurdjura qui culmine à plus de 2300 m : l'unité d'eau minérale lalla Khadidja a été inaugurée en Juin 2007.

2. Les activités de l'entreprise :

Le complexe agro-alimentaire composé de plusieurs unités de production :

- ✓ Huiles de table (Fleurial, Elio et Fridor)
- ✓ Margarinerie et grasses végétales : Matina, Rania, le Beurre gourmand et Fleurial.
- ✓ Sucre blanc.
- ✓ Sucre liquide.
- ✓ Silos portuaire.
- ✓ Boissons : Eau minéral, Jus de fruit et Sodas.

Dans les directions de l'entreprise de CEVITAL en trouve dix-neuf direction et de différentes services et parmi ses direction en trouve : La direction des ressources humaines qui contiens le département administration ressources humaines.....et de gestion.

3. Les objectifs de l'entreprise CEVITAL :

- ✓ La satisfaction de la demande des clients
- ✓ La participation au développement économique local
- ✓ Diminuer le chômage local
- ✓ Réalisé des bénéfices
- ✓ Introduire sur le marché international et être concurrentiel
- ✓ Le développement de secteur agroalimentaire par l'introduction des nouvelles technologies et de nouveaux produits.

4. Présentation de l'administration du personnel à l'entreprise de CEVITAL¹ :

La direction des ressources humaines ; défini et propose à la direction générale les principes de GRH (gestion ressources humaines) en support avec les objectif du business et en ligne avec la politique groupe de ressource humaine :

- ✓ Assure un support administratif de qualité à l'ensemble du personnel de CEVITAL Food.
- ✓ Pilot des activités du social
- ✓ Assiste la direction générale ainsi que tous les managers sur tous les aspects de gestion ressources humaines ; établit et maîtrise les procédures.
- ✓ Chargé de la gestion des carrières ; identifie les besoins en mobilité.
- ✓ Gestion de performance et de rémunérations.
- ✓ Assiste la direction générale et les managers dans les actions disciplinaires.
- ✓ Participe avec la direction générale à la politique de communication afin de développer l'adhésion du personnel aux objectifs fixés par l'organisation.
- ✓ Assure le recrutement.

¹ Document interne de l'entreprise

✓ Formation de personnel.

5. Le rôle de la communication interne au sein de l'entreprise CEVITAL :

La communication interne au sein de l'entreprise CEVITAL joue un rôle très important dans la transmission des informations avec l'utilisation des moyens qui représentent la réussite de l'entreprise car la communication reste l'un des supports de l'amélioration de la compétitive de l'entreprise, elle facilite la transmission des informations et la compréhension pour cela CEVITAL à des moyens utilise quelque soit des moyens écrits ou bien des moyens oraux qu'il lui permet de mieux coordonner ces actioniste a atteindre ces objectifs.

6. Les moyens de la communication interne au sein de l'entreprise CEVITAL ¹

Les moyens qu'en a pu remarqué durant notre enquête, se résume à quelques moyens :

✓ **L'affichage :**

C'est un moyen utilisé au sein de cette entreprise, il permet la circulation d'une manière descendant.

✓ **Le téléphone :**

C'est un moyen de la communication interne le plus efficace des moyens existant et le plus utilisé au sein de cette entreprise, il est constitue par l'ensemble des échanges et des transmissions des informations d'une manière plus rapide.

¹ Entretien avec le responsable de la communication interne de l'entreprise CEVITAL

✓ Les réunions :

La réunion au sein de l'entreprise est une technique indispensable pour l'organisation du travail. IL se décompose en un objectif d'information et de mobilisation des employés de même service ou interservices sur l'objectif de l'organisme.

✓ La note d'information :

C'est un document obligatoire qu'est publiée par un émetteur à l'occasion de différentes opérations financières telles que des offres publiques d'achat ou d'échange.

✓ Messagerie (email) :

C'est un moyen le plus utilisé surtout dans le service de communication au sein de cette entreprise, qui est un service permettant l'envoi de messages entre des personnes connectées sur un réseau informatique télématique.

✓ L'intranet :

L'intranet est l'un des moyens de la communication électronique la plus utilisée dans cette entreprise. Il est défini comme l'ensemble des informations diffusables informatiquement à l'intérieur de l'entreprise. Donc l'intranet est un système interactif qui favorise la possibilité d'échange et de dialogues entre les acteurs internes à l'entreprise.

7. La motivation des salariés de l'entreprise CEVITAL :

La motivation est à rapprocher du contenu des tâches, réussite, promotion, indépendance et autonomie. Le contexte du travail est à mettre en relation avec la rémunération, les conditions de travail, les relations d'équipe. Le message semble clair : certains facteurs conditionnent la motivation.

Il s'agit de l'avancement des responsabilités, de la nature du travail, de la reconnaissance et de la réalisation de ses capacités.

Au sein de CEVITAL les salariés sont motivés que se soit par des moyens de la communication utiliser ou bien par l'environnement interne ce qui a influencé positivement sur la motivation des salariés qui augmentent les échanges de la bonne production

Conclusion :

On déduit que Cevital est une entreprise évolutive qui essaie de répondre à la stratégie de développement qui est liée à une bonne satisfaction des besoins individuelles des salariés.

Chapitre II :

La communication interne a Cevital

3. Synthèses des résultats :

Les résultats partiels de la première hypothèse ;

D'après notre étude effectuée dans l'entreprise Cevital de Bejaïa sur l'impact de la communication interne sur la motivation des salariés et à travers toutes les données recueillies et les résultats obtenus de notre recherche on déduit que la plus part de notre enquêté sont de sexe masculin avec un pourcentage de 72,5% et que 27,5% pour les femmes aussi la majorité de nos enquêtés sont âgés entre 31-36 ans avec un pourcentage de 57,5% sont qui montre que la plus part de nos enquêtés ont de l'âge moyen, la majorité sont mariés avec un taux de 47,5% , la plus part ont un niveau d'instruction supérieur avec un pourcentage de 82% ,aussi on a la majorité dispose d'un ancienneté qui se déroule entre 7-12 ans entre autre la plus part sont des cadres ce qui s'explique par la bonne gestion de l'entreprise.

Notre hypothèse principale : « la communication interne est considéré comme un élément motivationnel pour les salariés au sein de l'entreprise »

Notre première hypothèse qui porte sur la mise en œuvre des moyens efficaces de communication interne contribue à la motivation des salariés de l'entreprise Cevital est confirmée et cela par la référence au tableau numéro : 07, 08, 12, 13,15, on constate que la majorité des enquêtés affirment que la communication interne crée un esprit d'équipe et cela s'explique par le tableau numéro :07 ou la majorité des enquêtés affirment que le mode de communication le plus motivant est l'oral avec un pourcentage de 47,5% et le tableau numéro 08 ,on constate que la catégories des cadres à l'entreprise Cevital crée l'esprit d'équipe à travers la communication interne, qui favorise l'écoute ,l'amplification et l'entraide entre les salariés et les équipes de travail.

On conclut que la communication interne de l'entreprise Cevital est un moyen qui renforce l'esprit de groupe et l'entraide entre les différents salariés ce qui permet le développement au sein de l'entreprise.

Les résultats de la deuxième hypothèse :

Les résultats obtenus pour la deuxième hypothèse qui est comme suite : « l'entreprise Cevital dispose d'une communication interne qui crée l'esprit de groupe ce qui engendre la motivation des salariés » est aussi confirmée aussi à travers le tableau numéro 09: où la plus part des salariés de l'entreprise affirment que leur supérieur hiérarchique, ce qui signifie que les responsables de l'entreprise Cevital accordent une importance à leur salariés par la communication avec eux ce qui influe sur leur motivation qui résulte en une bonne exécution de leur tâches, on a aussi le tableau numéro :10 qui affirment que la direction de l'entreprise communique avec ses salariés avec un pourcentage de 52,5% l'entreprise Cevital dispose d'une communication interne et le tableau numéro 12 qui affirment que la majorité sont informés sur les événements qui se produisent à l'intérieur de l'entreprise avec un pourcentage de 70,73% aussi on a un pourcentage de 66,66% qui affirme que l'objectif de la communication interne à Cevital est la motivation des salariés ce qui s'explique par le fait que l'entreprise Cevital prend en charge le capital humain et cela par sa motivation, aussi on a le tableau numéro 18 où la plus part de nos enquêtés affirment que le travail est un porteur de motivation pour eux, car le travail en groupe permet une écoute à l'autre ce qui permet de créer des liens d'entente et de solidarité entre les salariés.

On conclut que la communication interne joue un rôle très important dans la motivation des salariés car elle permet une meilleure exécution des tâches par la transmission des différentes informations aux salariés.

.

Chapitre III :

Analyse et interprétation des résultats

La recherche scientifique regroupe un ensemble de procédures pour l'analyse de données, qui est l'une des étapes qui conduisent le chercheur à vérifier la pertinence et la crédibilité des données collectées sur le terrain, ce qui va permettre de confirmer ou infirmer les hypothèses.

Chaque recherche exige l'identification des données personnelles des enquêtés tels que : L'âge, le sexe, l'ancienneté, le niveau d'instruction, ce qui va nous aider dans notre analyse. On présente dans ce chapitre l'identification des données personnelles des membres d'étude de l'entreprise Cevital.

1. Les caractéristiques de la population d'enquête

Suite à notre étude sur notre enquête, nous avons obtenu des informations et des données sur les caractéristiques de notre échantillon d'étude. Les caractéristiques personnelles par rapport au sexe, l'âge, la situation familiale, niveau d'instruction, ancienneté et les catégories socio professionnelles ont été pris en compte.

La présentation des caractéristiques de la population d'étude est un choix méthodologique afin de déterminer la situation socioprofessionnelle de chaque élément de notre échantillon d'étude.

Tableau N°1 : La répartition selon la catégorie sexe.

Sexe	F	%
Masculin	29	72,5%
Féminin	11	27,5%
Total	40	100,0%

Source : Enquête.

On constate d'après les données la prédominance du sexe masculin parmi nos enquêtés avec un taux de 72,5%, le sexe féminin était représenté par un taux de 27,5%.

On conclut que le travail industriel n'attire pas beaucoup les femmes car cette catégorie se trouve beaucoup plus dans l'administration alors que la majorité des hommes se trouve sur le terrain.

Tableau N °2 : La répartition des enquêtés selon la catégorie d'âge.

Age	F	%
[24-30]	4	10,0%
[31-36]	23	57,5%
[37-42]	11	27,5%
[43-48]	2	5,0%
Total	40	100,0%

Source : Enquête

Nous avons classé nos enquêtés en quatre tranches d'âge, d'après les données indiquées dans le tableau ci-dessus on constate que la catégorie majoritaire est celle se situant entre 31 à 36 ans avec un pourcentage de 57,5%. Cette dernière est suivie de la catégorie d'âge entre 37 et 42 ans avec un pourcentage de 27,5%. La troisième catégorie est celle se situant entre 24 et 30 ans avec un pourcentage de 10%. Et enfin, la catégorie d'enquêtés qui dépassent les 43 ans et 48 avec un pourcentage 5,0%.

Nous remarquons que la majorité des salariés de notre échantillon ont un âge qui varie entre 31 et 36 ans, dont on conclut que l'entreprise Cevital emploie beaucoup plus la catégorie des jeunes est cela s'explique par le dynamisme, la responsabilité et le sens de motivation émanant de cette catégorie.

Tableau N°3 : La répartition des enquêtes selon la situation familiale

Situation familiale	F	%
célibataire	18	45,0%
Marie	19	47,5%
Divorcé	2	5,0%
veuf (Ve)	1	2,5%
Total	40	100,0%

Source : Enquête

On constate que la majorité des enquêtés sont mariés, avec un pourcentage de 47,5%. Les célibataires étaient représentés par un taux de 45,0%, les divorcés avec un taux de 5,0% et enfin les veufs(Ve) avec un taux de 2,5%.

Tableau N°4 : La répartition des enquêtes selon le niveau d'instruction.

Niveau d'instruction	F	%
Moyen	1	2,5%
secondaire	6	15,0%
universitaire	33	82,5%
Total	40	100,0%

Source : Enquête.

À partir des données du tableau ci-dessus, on remarque que le niveau d'études universitaires est prédominant avec un pourcentage de 82,5%, on a 15,0% de nos enquêtés ont un niveau secondaire et 2,5% d'entre eux ont un niveau moyen.

Si le niveau d'instruction dépend des postes occupés, le recrutement s'effectue en termes de compétences selon le niveau exigé et les responsabilités des postes. Ceci s'explique, par le fait que le salarié doit s'adapter au poste

demandé et que l'entreprise exige un niveau d'instruction élevée en raison d'utilisation de toutes les technologies adopté par l'entreprise.

Tableau N°5: La répartition des enquêtés selon l'ancienneté au travail.

Ancienneté	F	%
[1-6]	15	37,5%
[7-12]	21	52,5%
[13-17]	4	10,0%
Total	40	100,0%

Source : Enquête.

Selon ce tableau, on constate que 52,5% des salariés ont une ancienneté de [7-12 ans] à Cevital, suivi de 37,5% avec une expérience qui varie entre [1-6] ans], mais de 10% des enquêtés disposent d'une expérience de 13a17 ans. Nous observons que le taux le plus élevé est celui de la catégorie qui se situe entre [7-12 ans] d'ancienneté.

Cela montre que les salariés de Cevital disposent d'une expérience et d'une responsabilité appréciable, exigées par la nature des tâches à accomplir. Ainsi qu'ils ont la possibilité de s'adapter facilement au changement dont l'enrichissement des taches qui consiste à donner plus de responsabilités à l'opérateur en lui confiant confirmes tache plus qualifie

Tableau n° 6 : la répartition des enquêtés selon la catégorie socio-professionnelles

Catégorie socio professionnelle	F	%
Cadre	20	50,0%
agent de maitrise	16	40,0%
Exécution	4	10,0%
Total	40	100,0%

Source : Enquête.

Selon ce tableau on constate que la moitié de nos enquêtés sont des cadres avec un taux de 50,0% suivi de la catégorie des agents de maitrise avec un taux de 40% et en dernier la catégorie exécution avec 10%.

2. Analyse et interprétation des résultats

A. Analyse et interprétation de la première hypothèse :

Tableau n°7 : La réparation des enquêtés selon la communication avec le supérieur

La communication avec le Supérieur	F	%
Oui	31	77,5%
Non	9	22,5%
Total	40	100,0%

Source : Enquête.

Les chiffres de tableau statistique ci-dessus indiquent que la plupart de nos enquêtés 77,5% ont répondu qu'il existe une communication avec leur supérieur hiérarchique et la marge qui représente un taux de 22,5% déclare que leur supérieur ne communique pas avec eux.

Les dirigeants de l'entreprise Cevital donnent une importance à leur salariés par la communication avec eux pour qu'ils mènent leurs tâches bien. Donc on conclut que la communication interne est l'une des principales rôles des managers d'entreprise Cevital.

Tableau n°8 : La répartition des enquêtes selon les moyens de la communication pour la diffusion de l'information et niveau d'instruction

Les moyens de la communication Le niveau d'instruction	affichage		note de service		réunion		de bouche à l'oreille		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
moyen	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%
secondaire	4	66,66%	1	16,66%	1	16,66%	0	0%	6	100%
universitaire	27	81,81%	4	12,12%	1	3,03%	1	3,03%	33	100%
Total	32	80%	5	12,5%	2	5%	1	2,5%	40	100%

Source : Enquête

D'après le tableau ci-dessus nous remarquons que 80% de nos enquêtés affirment que l'affichage est le plus utilisé dans l'entreprise Cevital, concernant la catégorie issue des études moyennes on a la majorité qui représente 100% affirme que l'affichage est l'outil utilisé pour la diffusion de l'information entre autre on a 81,81% de la catégories des salariés issue des études universitaires déclare que l'affichage est l'outil utilisé par l'entreprise Cevital contre une minorité de 12,12% qui disent que c'est la note de service et 3,03% qui représente la réunion et le bouche à l'oreille, enfin concernant les salariés issue

des études secondaire déclarent avec un taux de 66,66% que la l'affichage est la moyen de communication pour la diffusion de l'information contre une minorité de 16,16% pour la réunion et la note de service.

On constate que l'entreprise Cevital utilise des outils de communication écrits que l'oral et cela s'explique par son rapidité et sa facilité de comprendre et cela par sa disponibilité à tout moment où le salaries peut lire et relire l'affiche.

Tableau n°9 : La répartition des enquêtés selon la personne à communiqué en cas de problèmes.

La personne à communiquer en cas de problèmes	F	%
le supérieur	30	75 %
Les collègues de travail	9	22,5%
Pas de communication	1	2,5%
Total	40	100%

Source : Enquête.

D'après les donnés de tableau statistique suivant on remarque que la majorité de notre population d'étude se réfère a leur supérieur pour résoudre leur problème avec un taux de 75%, aussi on a 22,5% qui se réfère a leur collègues de travail contre une minorité de 2,5% qui affirment le contraire, par contre une minorité de 2,5% qui affirment qu'ils ne parle a personne.

On conclu que les responsable de l'entreprise Cevital donne une importance a ses salaries et cela s'explique par le fait de communiquer avec eux afin de résoudre leur problèmes.

Tableau n°10 : répartition des enquêtés selon les moyens d'exprimer des idées au sein de l'entreprise.

Les moyens d'expression des idées	F	%
Au sein de l'entreprise		
réunion	28	70,0%
Boite à idée	6	15,0%
out look	6	15,0%
Total	40	100,0%

Source : Enquête

Le tableau ci-dessus montre que l'entreprise Cevital utilise beaucoup plus la réunion comme moyen d'expression des idées avec un pourcentage de 70,0 % en suite la boite a idées qui représente un taux de 15,0% suivi de out look avec un pourcentage de 15,0%.

On conclu que les responsables de l'entreprise Cevital accordent une importance au coté affective de ses salariés cela en mettant en place les moyens nécessaires pour l'expression de leurs idées et leur préoccupations.

Tableau n°11 : répartition des enquêtés selon la personne qui se charge de l'information à l'entreprise :

La personne qui se charge de l'information à l'entreprise	F	%
le directeur.	21	52,5%
les représentants des travailleurs.	5	12,5%
Assistante de direction.	14	35,0%
Total	40	100,0%

Source : Enquête

D'après les données de tableau chiffré ci-dessus on remarque que la majorité de nos enquêtés qui représente un taux de 52,5% sont informés par leur direction, par contre 35,0% d'entre eux sont informés par l'assistante contre une minorité de 12,5% qui sont informés par les représentants des travailleurs.

On conclut que l'entreprise Cevital assure à ses salariés une communication interne de qualité et cela s'explique par le fait que la direction informe elle-même les salariés.

Tableau n°12: La répartition des enquêtes selon l'importance de la communication interne au sein de l'entreprise.

L'importance de la communication interne	F	%
Oui	39	97,5%
Non	1	2,5%
Total	40	100,0%

Source : Enquête.

D'après le tableau on constate que la majorité de nos enquêtés déclare que la communication interne est très importante dans l'entreprise avec un pourcentage de 97,5% par contre on trouve une minorité qui affirme le contraire avec un pourcentage de 2,5%.

On conclut que la communication interne de l'entreprise Cevital est très importante car elle fait l'objet d'un échange des idées et des relations à travers lesquelles l'entreprise s'appuie pour atteindre ses objectifs organisationnels.

Tableau n°13: La répartition des enquêtes selon l'existence des moyens d'expression des idées au sein de l'entreprise.

L'existence des moyens d'expression des idées au sein de l'entreprise.	F	%
OUI	24	60,0%
Non	16	40,0%
Total	40	100,0%

Source : Enquête.

D'après le tableau ci-dessus, on constate que la plupart de nos enquêtés affirme que l'entreprise Cevital dispose de moyens pour l'expression des idées avec un taux de 60% et les autres qui représentent un taux de 40% déclarent que l'entreprise Cevital ne dispose pas des moyens permettant cela.

On conclut que l'entreprise Cevital arrive à mettre en place les moyens nécessaires pour l'expression des idées et cela à travers la réunion, boîte à idées, out look, ce qui permet l'extériorisation de toutes les malentendus et les préoccupations de chaque salarié, en déduisant que l'entreprise Cevital prend en charge le côté affectif de ses salariés ce qui crée une motivation chez eux.

Tableau n°14 : La répartition des enquêtes selon la langue utilisée dans le milieu du travail et la catégorie socio professionnelle.

La langue La catégorie socio professionnelle	français		kabyle		mélange de langue		Total	
	Cadre	4	73,68%	2	10,52%	13	68,42%	19
Agent de maitrise	1	6,25%	1	6,25%	14	87,5%	16	100%
Exécution	1	25%	2	50%	1	25%	4	100%
Total	7	17,5%	5	12,5%	28	70%	40	100%

Source : Enquête

D'après les données chiffrées de tableau ci-dessus on remarque que la plus part des salariés de l'entreprise Cevital utilise une mélange de langues entre eux avec un pourcentage de 70%, par contre on a que 17,5% concernant la langue française et 12,5% en ce qui concerne le kabyle donc par rapport au cadres on a 73,68% qui utilise la langue française suivi de 68,42% pour le mélange de langues contre une minorité de 10,52% qui utilise le kabyle comme une langue de communication, concernant les agents de maitrise on a un taux de 87,5% qui se réfère à une mélange de langues par contre on a que 6,25 % pour le kabyle suivi de même taux pour le français, enfin on les agents d'exécution qui représente un taux de 50% pour la langue kabyle et 25% pour le français et le mélange de langue.

On conclut que l'objectif de Cevital est la communication elle-même non pas la langue utilisée, entre autre la variation des langues dans le milieu de travail reflète la prise en charge de l'entreprise Cevital de ses salariés.

Tableau n°15 : La répartition des enquêtes selon le rapport entre les objectifs de la communication et les objectifs de Cevital

S'informé sur les objectifs de Cevital Les objectifs de la communication interne	Oui		Non		Total	
	F	%	F	%	F	%
informer le personnel	19	70,37%	8	29,62%	27	100%
développer l'appartenance a l'entreprise	3	50%	3	50%	6	100%
motiver le personnel	4	66,66%	2	33,33%	6	100%
avoir des supports d'évolution organisationnel	0	0%	1	100%	1	100%
Total	26	65%	14	35%	40	100%

Source : Enquête.

D'après le tableau chiffré ci-dessus on remarque que 65,0% des salariés sont informés sur les objectifs organisationnel, contre une marge de 35,0% qui affirme le contraire, entre autre on constate que 70,37% qui déclarent que

l'objectif de la communication interne est d'informer le personnel sur les nouveautés qui se produisent en entreprise contre 29,62 % qui disent le contraire, aussi il ya un taux de 66,66% qui affirment que l'objectif de la communication est de motiver le personnel contre une minorité de 33,33% qui disent le contraire, ajoutant a ca le pourcentage de 50% qui affirment que l'objectif de la communication interne est de développer l'esprit d'appartenance a l'entreprise Cevital .

On conclu que l'entreprise Cevital est une entreprise qui prend en charge ses salaries par le fait de les informer sur toutes les changements organisationnels les transmettre un membre importants d'information sur les valeurs et la culture d'entreprise et ce qui va crier un esprit d'appartenance chez les salaries par le fait qu'ils sont motivés.

Tableau n°16 : répartition des enquêté selon la possibilité de leur remplacement en cas de leurs absences

Le remplacement l'ors d'absence Les ententes entre les collègues	Oui		Non		Total	
	F	%	F	%	F	%
Oui	33	89,18%	4	10,81%	37	100%
Non	2	66,66%	1	33,33%	3	100%
Total	35	87,5%	5	12,5%	40	100%

Source : Enquête.

D'après le tableau ci-dessus on remarque que 87,5% e nos enquêtés affirme leur remplacement l'ors de leur absences contre une minorité de 12,5% qui affirment le contraire, on a 89,18% affirment qu'ils ont des attentes entre eux par contre une minorité de 10,81% qui déclarent le contraire.

On conclu d'après le tableau ci-dessus que l'entreprise Cevital donne un climat sociale favorable et cela s'explique par le fait de remplacement de certain salarie par d'autres et ce qui crie l'esprit du groupe chez les salarie.

Tableau n°17 : La répartition des enquêtés selon leurs informations sur tous les changements qui se produisent au sein de l'entreprise

S'informer sur tous les changements	Effectifs	Pourcentage
sauvant	25	60,0%
rarement	15	40,0%
Total	40	100,0%

Source : Enquête

D'après les données de tableau ci-dessus on remarque que la majorité de notre population d'étude qui représente un taux de 60 % sont informé sur les transformations et les changements qui se produisent a l'intérieur de l'entreprise Cevital, contre une marge de 40% qui affirment le contraire.

On conclu que la communication interne de l'entreprise Cevital joue son rôle et que les managers de cette dernier s'intéressent a l'image interne de l'entreprise par la communication avec ses salaries.

Tableau n°18: répartition des enquêtés selon des blocages l'ors d'une diffusion de l'information

Existence des blocages	F	%
Non	32	80,0%
Oui	8	20,0%
Total	40	100%

Source : Enquête

D'après les données des tableaux ci dessus on remarque que la majorité de nos enquêtés affirment qu'il n'existe pas des blocages a l'intérieur de l'entreprise Cevital avec un pourcentage de 80% contre une minorité de 20% qui déclarent le contraire.

On conclut que la majorité des salariés de l'entreprise Cevital n'ont pas des blocages l'ors de la circulation de l'information entre eux et cela due a l'importance que l'entreprise donne a la circulation de l'information et s'explique aussi par le fait que la communication interne de Cevital joue son rôle correctement.

B. Analyse et interprétation de la deuxième hypothèse :

Tableau n°19 : Répartition des enquêtés selon le mode de transmission de l'information le plus motivant.

Le mode de communication le plus motivant	F	%
L'écrit	18	45,0%
l'orale	19	47,5%
l'audio-visuel	3	7,5%
Total	40	100,0%

Source : Enquête.

D'après le tableau on constate que le mode de communication interne le plus utilisé est l'orale avec un pourcentage de 47,5% suivi du mode écrit avec un taux de 45,0%, par contre, le mode audio-visuel ne représente que 7,5% des salariés Parmi les moyens de la communication interne qui motivent au sein de l'entreprise.

On conclue que les moyens oraux sont les plus favorisés par les salariés car ils sont plus efficaces, faciles à comprendre et rapides et que la motivation ne dépend pas de l'écrit ni de l'audio-visuel.

Tableau n°20 : La répartition des enquêtes selon le mode de communication le plus motivants et la possibilité que le contenu de la communication interne répond au besoin des salariés

La transmission de contenu de la communication interne Le mode de la communication motivant les salarié	Oui		Non		Total	
	F	%	F	%	F	%
L'orale	9	50%	9	50%	18	100%
l'écrit	11	57,90%	8	42,10%	19	100%
L'audio-visuel	1	33,33%	2	66,67%	3	100%
Total	21	52,5%	19	47,5%	40	100%

Source : Enquête.

D'après les données chiffré de tableau ci- dessus on remarque que la plus part de nos enquêté on répondu par le fait que le contenu de la communication interne répond a leur besoin avec un pourcentage de 52,5% , contre une marge de 47,5% qui disent le contraire ,dont on trouve que 57,90% de nos enquêté affirment que le mode de communication qui les motive est l'écrit, 42% déclare le contraire, par contre on trouve une équilibre entre ceux qui estime de l'orale comme mode de communication et ce qui disent le contraire avec un taux de 50% ,enfin on a la catégorie qui déclare que l'audio-visuel n'est pas un source de motivation avec un pourcentage de 66,67% et une marge de 33,33% qui la concédèrent l'audio-visuel comme une source de motivation.

On conclu que le contenu de la communication interne de Cevital répond aux besoins des salaries et cela est justifier par le mode de l'écrit qui est destiné a tout le monde, a tous les moments le salaries peut lire et relire avec une réflexion l'affiche.

Tableau n°21 : La répartition des enquêtes selon leur motivation au travail et le sens de communication interne

Motivation des salariés dans l'entreprise la communication au sein de l'entreprise	OUI		NON		Sens réponse		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Echange relationnel entre les collègues	11	73,33%	04	26,67%	0	0%	15	100%
Partage des idées et informations concernant l'entreprise	12	70,58%	05	29,42%	0	0%	17	100%
Moyen d'expression à l'intérieur de l'entreprise	6	75%	1	12,5%	1	12,5%	8	100%
Total	29	72,5%	10	25%	1	2,5%	40	100%

Source : Enquête.

D'après le tableau ci-dessus, nous remarquons que la majorité de nos enquêtés de l'entreprise Cevital sont motivés par un pourcentage 72,5%, contre une minorité de 2,5% qui disent le contraire, concernant ce que signifie la communication interne pour ce dernier, la majorité des enquêtes qui représente 75% affirment que la communication est un moyen d'expression à l'intérieur de l'entreprise sont motivé dans l'entreprise privé Algérienne Cevital et 12,5% qui sont démotivés déclarent le contraire, ensuite on a un taux de 73,33% des salariés motivés déclarent que la communication interne comme un échange relationnel entre les collègues contre une marge de 26,67% qui affirment le contraire, enfin on a le pourcentage de 70,58% des salariés motivés affirment que la communication est un outil de partage des idées et des informations concernant l'entreprise Cevital.

On constate que la plus part de nos enquêtes de l'entreprise privé Algérienne Cevital sont motivés et cela s'explique par les échanges relationnels entre les collègues et par celles des idées et des informations entre les différents membres de cette dernière et que l'entreprise Cevital dispose des conditions de travail motivantes ses salaires et cela à travers les primes et les promotions qu'elle effectue.

Tableau n°22 : La répartition des enquêtes selon le travail en groupe comme porteur de motivation pour les salariés et la catégorie socioprofessionnelle.

travail en groupe porteur de motivation Catégorie socio professionnelle	oui		non		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%
Cadre	19	100%	0	0%	19	100%
Agent de maitrise	15	93,75%	1	6,25%	16	100%
Exécution	5	100%	0	0%	5	100%
Total	39	97,5%	1	2,5%	40	100%

Source : Enquête.

D'après le tableau statistique suivant on remarque que 97,5% des salariés affirment que le travail en groupe comme porteur de motivation contre une minorité de 2,5% qui déclare le contraire, concernant la catégorie des cadres : on 100% qui affirme que le travail en groupe comme porteur de leur motivation et la même chose pour les agents d'exécution, on aussi les agents de maitrise qui l'affirment avec un taux de 93,75% contre une minorité de 6,25% qui affirment le contraire.

On conclut que la majorité des salariés de l'entreprise Cevital sont motivés, ils considèrent le travail en groupe comme un facteur de motivation.

Tableau n°23 : répartition des enquêtés selon leur volonté de resté au sein l'entreprise.

La volonté de resté au sein de l'entreprise	F	%
Oui	35	87,5%
Non	5	12,5%
Total	40	100,0%

Source : Enquête

Les chiffres de tableau statistique ci-dessus indiquent que la plupart de nos enquêtés déclarent la volonté de rester dans la même entreprise avec un taux 87,5% et la minorité qui représente un taux de 12,5 % affirment leur volonté de quitter l'entreprise Cevital.

On conclu que les salariés de l'entreprise Cevital sont intégré et prise en charge ce qui manent à leur motivation.

Tableau n°24 : La répartition des enquêtes selon le travail en groupe et les relations entre les groupes

Le travail en groupe Type de relation	Oui		non		total	
	F	%	F	%	F	%
Relation dans le travail	25	83,33%	5	16,67%	30	100%
Relation amicale	8	80%	2	20%	10	100%
Total	27	67,5%	13	32,5%	40	100%

Source : Enquête

Les résultats des tableau ci-dessus montrer que la majorité des ouvriers de l'entreprise Cevital déclare que le travail en groupe est un porteur de motivation qui représente le pourcentage de 67,5%, contre une minorité de 32,5% qui déclare le contraire , que le travail en équipe n'est pas forcément créateur de motivation au travail, La majorité des salariés qui ont de relation amical déclarent que le travail fait motivés les salariés qui représente le taux 83,33% et 80%Partage le même avis que le travail en groupe motive les salariés.

On conclu que le travail en groupe joue un rôle très important par le fait d'appartenance a un groupe ce qui manent a la performance des ouvrier, un salariés motivé est attaché a son travail avec un travail et une valeur ajouté et cela du a leur coopération et leur solidarité entre eux.

Tableau n°25 : la répartition des enquêtées selon leur proposition pour motiver les salaires

Les propositions pour motiver La catégorie socio professionnel	prime		Augmentation de salaires		communication		total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Célibataire	1	5,55%	10	55,55%	7	38,88%	18	100%
Marie	3	15%	12	63,15%	5	26,31%	20	100%
divorcé	0	0%	0	0%	1	100%	1	100%
veuf (Ve)	0	0%	0	0%	1	100%	1	100%
Total	4	10%	23	57,5%	13	32,5%	40	100%

Source : Enquête.

Suite aux données chiffrées de tableau statistique ci-dessus, nous observons que la majorité de nos enquêtés affirment que leur source de motivation est le salaire avec un taux de 57,5% contre une minorité de 10% qui affirme que la source de leur motivation sont les prime que l'entreprise Cevital accord a ses salaires malgré cela on trouve 100% des divorcés suivi aussi de 100% des

veuf(Ve) qui affirment que leur source unique de travail est la communication

entre les collègues, par contre on trouve 63,15% des maries déclarent que leur sources de motivation est le salaire ,par contre un taux de 26,31% voit que c'est la communication interne, suivi de la catégorie des célibataires qui considèrent que leur source de motivation est le salaire avec un taux de 55,55% et un pourcentage de 38,88% affirment que la communication interne est leur source de motivation contre une minorité de 5,55% qui déclarent que leur motivation au travail dépend des primes..

Malgré que le salaire représente un facteur de motivation essentiels pour le salaries il reste toujours l'importance de la communication interne est cela justifier par la catégorie des divorcés et des veuf (Ve).

Tableau : n° 26 la répartition des enquêtés selon leur avis sur l'importance de la communication interne

Les avis des salariés sur l'importance de la communication interne.	F	%
motivante	20	50,0%
Indispensable	2	5,0%
Appartenance	10	25,0%
échange des idées	8	20,0%
Total	40	100,0%

Source : Enquête

Les chiffres de tableau statistique ci-dessus indiquent que la plupart de nos enquêtés déclarent l'importance et motivante de la communication interne avec un taux de 50,0% et la marge qui représente un taux de 25,0% déclare que la communication interne procure un sentiment de l'appartenance à l'entreprise par

contre on a enregistré 20,0% qui déclarent que la communication interne comme outil d'échange d'idées par contre 5 % jugent qu'elle est indispensable.

On conclut que la communication interne est un élément très important dans l'entreprise Cevital par les échanges des idées et l'appartenance des ouvriers au différent événement de leur entreprise.

Tableau n°27 : Répartition des enquêtés selon leur attentes avec leur collègues

Les attentes des salariés	F	%
Solidarité	17	42,5%
Cohésion	14	35,0%
développement	9	22,5%
Total	40	100,0%

Source : Enquête

D'après le tableau chiffrés, nous observons que 42,5% déclarent que la solidarité est leur but principale dans l'entreprise suivi de chiffre de 35,0% qui affirme que leur souci principal est la cohésion entre eux par contre en trouve que 22,5% qui visent le développement de leur entreprise.

On conclut que les salariés de l'entreprise Cevital ont tissés des liens de solidarité et de cohésion entre eux et cela s'explique par leur volonté de travailler en groupe.

Liste bibliographique

La bibliographie :

Les Dictionnaires et Lexiques :

1. BRUNO Alain, Dictionnaire D'économie et des Science Sociale, éd Ellipses, Marketing S.A 2005.
2. EDMAND Marc et DOMINQUE Picard, Relation et Communication Interpersonnelle, édition, Dunos, Paris
3. GUSTAVE Nicolas Fisher, Les Concepts Fondamentaux de la Psychologie Sociales, 4^{ème} édition, Dunod 2010.
4. GRAWITZ Madleine, Lexique des sciences sociales, 7^{ème} édition, Dalloz, Paris 2000.
5. LAMZEt Bernard. AHMED Silm, Dictionnaire Encyclopédique des Sciences de l'Information et de la Communication, Ellipses, éd Marketing S.A 1997
6. MALLIE De Bois Landelle Henry, Dictionnaire de Gestion, éd Economica, Paris 2001.
7. Sous le Direction de JEAN François, Science Humaine, édition Science Humaine, 2004.

Les ouvrages méthodologiques :

- 8- AKTOUF Omar, Méthodologie des Sciences Sociales et Approches Qualitatives des Organisations, éd les Presse de l'Université du Québec, Montréal 1987 .
- 9- ANGERS. Maurice, Initiation Pratique à la Méthodologie des Sciences Humaines, éd, Casbah, Alger 1997.
- 10-BOUDON Raymand, Les Méthodes des Sciences Sociales, 11^{ème} éd, Actualises, Pur, Paris 1969.
- 11-DEPELIEU François, La démarche d'une Recherche en Science Humaines, éd, De Boeck, Québec 2000.

- 12-GRAWITZ Madleine, **Méthode des Sciences Sociales**, 7^{ème} édition, Dalloz, Paris 2001.
- 13-RAYMAND Quivy et Van canpenhautd Luc, **Manuel de Recherche en Sciences Sociales**, éd Bordas, Paris 1988.

Les ouvrages théoriques :

- 14-D'ALMEIDA Nicole et LIBAERT Thierry, **La Communication Interne de l'Entreprise**, 2^{ème} éd, Dunod, Paris 2000.
- 15-D'ALMEIDA Nicole et LIBAERT Thierry, **La Communication interne de l'Entreprise**, 5^{ème} éd, Dunod, Paris 2007.
- 16-DETEIE Philippe / Catherine BROYEZ, **La Communication Interne au Service du Management**, 2^{ème} édition , Laisons 2001.
- 17-ENGELBINNE Marie, **Déplacement de la conceptualisation professionnelle**, Ecole d'enseignement de Production social de Communauté, François, Année Scolaire 2008.
- 18-GAGNON Sylvie, **Guide de Gestion des Ressources Humaines**, édition TECHNO Compétences, Québec, 2003
- 19-LAKHDER Sekiou, **Gestion du Personnel**, éd des organisations, Paris, 1986.
- 20-LEVY-Leboyer Claud, **La Motivation dans l'Entreprise Modèle et Stratégie**, 2^{ème} éd, d'organisation, Paris 2003
- 21-LETHIELLEUX Laetitia, **L'Essentiel de la Gestion des Ressources Humaines**, 5^{ème} éd, L'Extenso , Paris, 2011.
- 22-LOUCH Glaud, **Introduction à la psychologie du travail et des organisations**, Concept de Base et Application, éd ARMAD Colin, Paris 2007.

- 23-MARIE Pertti Jean, **Ressources Humaines et Gestion des Personnes**,
8^{eme} éd Yuibert 2012
- 24-PIERRE Citeau , **Gestion des ressources humaines**, 4^{eme} édition,
ARMAND Colin, Paris 2002 .
- 25-PIERRE Helfer J et JACQUES Orsami, **Ressources Humaines**, 9^{eme}
édition Yuibert 2004
- 26- SOUTENAN J.F-Farcet.P, **Organisation et Gestion de l'Entreprise**,
Berti, Paris, 2000.
- 27-SHIMON L. Dolan,ERIC Gosselin et autres, Psychologie du Travail et
Comportement Organisationnel, 2^{eme} éd Gaetan Morin, 3^{eme} trimestre
2002 .
- 28- VALLERAND RJ et THLL EE, **Introduction au concept de
Motivation**, édEtudes Vivantes Vigot, Laval (Québec) 1993.

Annexes

Faculté des lettres et des sciences humaines

Département de Sociologie

Option : Sociologie de travail et des ressources humaines

Questionnaire :

Réaliser par : -Hamoudi Aziza

-Iouknane Sabrina

Thème : « L'impact de la communication interne sur la motivation des salariés »

Nous des étudiants en master II sociologie du travail et des ressources humaines. Dans le cadre d'élaboration d'un mémoire de fin de cycle, on vous serait très reconnaissant de bien vouloir participer a la réalisation de ce modeste travail de recherche en répondant a cette série de questions avec toutes sincérité, et afin de vous rassurer toute information donnée sera confidentielle et sera utiliser dans ce travail qui purement scientifique et académique .

On vous remercie d'avance pour votre collaboration et votre disponibilité.

Axe N° I : Données personnelles

1. Sexe : a)- Masculin b) - Féminin
2. Age :ans
3. Situation familiale :
- A) - célibataire b) – Marié(e) c)– Divorcé(e)
- d) – Veuf (Ve)
4. Niveaux d’instruction :
- a)- Moyen b)- Secondaire C) –Supérieur
- d) sans instruction
5. Ancienneté :ans
6. Catégorie socio professionnelle :
- a)- Cadre b)- Agent de maitrise c)- Exécution

Axe N°02 : Les outils de la communication interne

7. Quelles sont les moyens de communication interne pour la diffusion de l’information ?
- a) Affichage b) Note de service
- c)Réunion d) De bouche à l’oreille
- e) Intranet f) Autres
8. Qui vous informe a l’intérieur de l’entreprise Cevital ?
- A) La direction b) Les représentants des travailleurs
- c) Autre
9. La communication interne a-t-elle une importance au sein de l’entreprise ?
- Oui Non

Si oui a quoi consiste t’elle ?

.....

.....

.....

10. D'après vous, quelles sont les objectifs de la communication ?

- a) Informer le personnel
- b) Développer l'appartenance à l'entreprise
- c) Motiver le personnel
- d) Avoir des supports d'évolution organisationnel
- e) Autre

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

11. Que signifie la communication interne pour vous ?

.....
.....

12. L'entreprise dispose-t-elle des moyens permettant d'exprimer vos idées ?

- Oui Non

Si oui, lesquelles ?

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

13. Êtes-vous informé sur les objectifs de Cevital ?

- Oui Non

14. Quelle est le mode de communication qui vous motive le plus ?

- a) L'écrit b) L'oral c) L'audio visuel

15. Est-ce que votre supérieur communique avec vous ?

- a) Oui b) Non

Si non, pourquoi

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

16. Existe-il des blocages dans la circulation de l'information entre vos responsables et vous ? Oui Non

Si oui lesquels ?

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

17. Quelle est la langue que vous utilisez dans le milieu du travail ?

- a) Français b) Arabe c) Kabyle d) Mélange de langue

Axe 03 : La communication interne et l'esprit de groupe.

18. Le travail en groupe est-il un porteur de motivation pour vous ?

Oui Non

Si non pourquoi ?

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

19. Quelles sont les sources de motivation au sein de votre lieu de travail ?

- a) Communication entre les collègues
b) salaire
c) Le climat social
d) La reconnaissance
e) sécurité au travail

Autre précisez ?

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

20. Quel est votre avis sur l'importance de la communication entre vous collègues ?

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

21. Est-ce que le contenu de la communication interne répond à vos besoins ?

- a) Oui b) non

Pourquoi ?

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

22. Voulez-vous garder la même entreprise Cevital ?

- a) Oui b) Non

Pourquoi ?

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

23. Quelles sont vos propositions pour motiver les salariés ?

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

24. Quelles types de relation entreprenez-vous entre vos collègues ?.....

.....
.....

25. Est-ce que les outils de communication interne sont performants ?

- a) Oui b) Non

26. En cas de vos absences, peut-il vous remplacer quelqu'un d'autre ?

Oui Non

Si non pourquoi ?

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

27. Ya -t-il des attentes entre vous et vos collègues du travail ?

Oui Non

Laquelle ?

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

28. Est-ce que vous êtes informés sur tous les changements et les nouveautés qui se produisent à l'entreprise Cevital ?

Oui Non

Pourquoi ?

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

29. Face à un problème relatif au travail vous parlez :

- a) À votre supérieur
- b) À votre collègue de travail
- c) À votre famille et amis
- d) Vous ne parlez à personne

zouina badache

Objet: Dossier RSE
Emplacement: Salle de Formation DRH

Début: jeu. 19/02/2015 09:00
Fin: jeu. 19/02/2015 15:00
Afficher la disponibilité: Provisoire

Périodicité: (néant)

État de la réunion: Pas encore de réponse

Organisateur: zouina badache
Participants obligatoires: mahmoud.takka; fatma berdous; kaci sayad; djamel yanes; Malek Abdelkafi; Hakim Rahem; malik ziani; mehdi haneche; Nabil BOUTEGRABET; Saliha Ait mohammed; nabil kaci; salim mouzaia; fouzia ziani

Participants facultatifs: Larbi Oularbi; Samir Hadjal; sofiane.leffad@cevital.com; NADIR RACHEDI; Abdelkader Guemache; fatah Ait ouaret; rachid belkessam; Abdelkrim Amri; Mustapha Tebani; yacine kecili

Importance: Haute

Bonjour à tous,

Réunion membres du Copil.

Merci pour votre présence.

Sincères salutations.



DECISION N° /DRH/2014

Annexe N° 03

Le Directeur des Ressources Humaines

- Vu la loi 90-11 du 21 avril 1990, relative aux relations de travail, modifiée et complétée.
- Vu les statuts portant création de la Société Cevital Spa, enregistrés auprès de l'Etude Notariale de Maître Hamadi OUADHOUR- Alger.
- Vu la nomination de Mr Larbi OULARBI au poste de Directeur des Ressources Humaines à compter du 01 Avril 2012 ;
- Vu l'organisation de la Direction Industrielle, validée le 09/12/2014 par le directeur de la supply chain Pôle;
- Vu le PV d'installation de Mr dans ses nouvelles fonctions ;
- Sur proposition de la hiérarchie ;

DECIDE

ARTICLE 1/

Monsieur: .

Matricule :

Fonction :

Est nommé, au sein de l'unité

ARTICLE 2/ Les missions et responsabilités du poste de seront précisées au manuel d'organisation en cours d'élaboration.

ARTICLE 3/ les éléments de rémunérations du poste suscitée seront déterminés ultérieurement.

ARTICLE 4/ La présente décision prend effet à compter du

ARTICLE 5/ Les Directeurs centraux et opérationnels, sont chargés, chacun en ce qui le concerne de l'application de la présente décision.

Fait à Bejaia le :

Le Directeur des Ressources Humaines

.....

Siège Alger :

✉ : Ilôt N°6 – ZHUN GARIDI II Kouba / ALGER - Code Postal : 16000 - ALGERIE.

☎ : 00.213(0) 21.56.38.02/80/90-56.37.10/56.37.80 / 📠 : 00.213(0)21.56.38.24/56.37.55/56.38.20/56.38.14



Bejaia le, 03/02/2015

A
Monsieur
Le Conseiller à L'emploi

Réf : 003/2015.

OBJET : Offre d'emploi « Gestionnaire Ressources Humaines ».

Monsieur,

En application des dispositions de la loi n° 04-19 du 25 décembre 2004, nous avons l'honneur de vous demander de bien vouloir publier l'offre d'emploi ci-dessous.

Merci de nous envoyer les candidats sélectionnés le **08/02/2015 à 10h00 muni de leur cv.**

Nous tenons à vous informer que cette journée est programmée pour la réception des bulletins non pas pour l'entretien.

Missions :

- **Domaine 1** : Assurer la gestion des CV
 - Trier, classer et archiver les cv par diplôme / niveau/ métier.
 - Mettre à jour de la base de données CV (personnes reçus aux entretiens)

- **Domaine 2** : Prendre contact avec les candidats sélectionnés
 - Entrer en relation avec les candidats à recruter par téléphone, télégramme
 - Rappeler les candidats pour leurs données le résultat de l'entretien de recrutement (poste exécution).
 - Envoyer les emails aux candidats retenus avec l'imprimé du « dossier administratif » à fournir.

Profil :

- Un (01) An expérience dans le domaine RH.
- Diplôme (Bac+2 en ressources humaines ou informatique de gestion).
- Connaissance du français indispensable orale et écrit.
- Maîtrise de l'outil informatique et plus particulièrement Excel, Word et Outlook.

Structure demandeuse : DRH

Nombre de candidature à communiquer : 03.

Type de contrat : DAIP.

Sincères salutations

Nabila Boualit
Chef de service Recrutement

Réception De L'agence De L'emploi

Nom et prénom: **Date de réception:** /..... /.....

Signature

Siège Alger :



DECISION N°...../DRH/2015
Portant sanction

Le Directeur des Ressources Humaines,

- Vu la loi n° 90.11 du 21 avril 1990, relative aux relations de travail modifiée et complétée;
- Vu les statuts portant création de la Société Cevital Spa, enregistrés auprès de l'Etude Notariale de Maître Hamadi OUADHOUR—Alger,
- Vu la nomination de **Mr LARBI OULARBI** au poste de Directeur des Ressources Humaines à compter du 01.04.2012
- Vu le contrat de travail portant recrutement de Mr;
- Vu les dispositions du règlement intérieur en matière d'administration de la discipline
- Vu les faits reprochés à Mr à savoir :
 - **Manque de respect envers son responsable hiérarchique ;**
- Vu le questionnaire adressé à Mr ;
- Sur proposition de la hiérarchie ;
- Vu l'avis favorable de la Direction des Ressources Humaines ;

DECIDE

ARTICLE 01^{er} / Il est infligé une mise à pied de **deux (02) jours** à monsieur

Fonction :

Affectation :

Direction :

Motif : **Manque de respect envers son responsable hiérarchique**

ARTICLE 02^{eme} / la présente décision prend effet à compter du

ARTICLE 03^{eme} / responsable de l'administration du personnel, le responsable de la paie ainsi que le responsable hiérarchique, sont chargés respectivement de l'application de la présente décision.

Fait à Bejaia le 16/03/2015.

Le Directeur des Ressources Humaines

Siège Alger :

✉ : Ilôt N°6 – ZHUN GARIDI II Kouba/ ALGER - Code Postal : 16000 - ALGERIE.

☎ : 00.213(0) 21.56.38.02 /80/90-56.37.10/56.37.80 / 📠 : 00.213(0)21.56.38.24/56.37.55/56.38.20/56.38.14

	DEMANDE DE FORMATION	N° Réf :	F-RH-003
		Date de revision :	11 Septembre 2014
		Version :	6

Informations sur le candidat :

Nom et prénom(s) :

Fonction ou poste occupé :

Structure d'affectation :

Formation demandée :

Intitulé de la formation :

Nom et adresse de l'organisme de formation :

Lieu de déroulement de la formation :

Durée totale :

Date du début de formation :

Date de la fin de formation :

Coût de la formation :

Quel est l'indicateur de mesure retenu pour cette formation :

.....

.....

Quel est l'objectif fixé par rapport à cette formation :

.....

.....

A l'issue de la formation, le formé doit être capable de :

.....

.....

.....

Signature de l'employé :**Avis de la hiérarchie :**

Identification du responsable	Avis	Date	Signature
Le responsable hiérarchique :			
Le Directeur de la structure :			
DRH/DG :			



DEMANDE D'ABSENCE

Nom :

Prénom :

Fonction :

Affectation :

NATURE DE L'ABSENCE : (Mettre une croix dans la case correspondantes)

1) Convenances personnelles

2) Congé exceptionnel

- Mariage du travailleur
- Naissance d'un enfant du travailleur
- Mariage d'un enfant du travailleur
- Décès
- Circoncision d'un enfant du travailleur

DUREE DE L'ABSENCE :

Période du : AU

Avis du responsable hiérarchique

Le responsable de la structure

Fait à Bejaia, le

N.B : Dans le cas de naissance ou de décès, la justification intervient à la reprise.

Siège Alger :

✉ : Ilôt N°6 - ZHUN GARIDI II Kouba/ ALGER - Code Postal : 16000 - ALGERIE.

☎ : 00.213(0) 21.56.38.02 /80/90-56.37.10/56.37.80 / 📠 : 00.213(0)21.56.38.24/56.37.55/56.38.20/56.38.14



Bejaia Le, 24/09/2013

BORDEREAU D'ENVOI

Expéditeur : Direction des Ressources Humaines

Destinataire: Direction des Ressources Humaines Groupe

Désignation	Nombre	Observation
Veillez trouver, ci-joint :	01	

Reçu le :

Cachet et signature :

Siège Alger :

✉ : Ilôt N°6 – ZHUN GARIDI II Kouba/ ALGER - Code Postal : 16000 - ALGERIE.

☎ : 00.213(0) 21.56.38.02 /80/90-56.37.10/56.37.80 / 📠 : 00.213(0)21.56.38.24/56.37.55/56.38.20/56.38.14

Organigramme de la macro
Structure Cevital Agro industrie

