

**UNIVERSITÉ ABDERRAHMANE
MIRA DE BEJAIA FACULTÉ DES
SCIENCES HUMAINES
ETSOCIALES DÉPARTEMENT DES
SCIENCES SOCIALES**

MÉMOIRE DE FIN DE CYCLE

En vue de l'obtention du diplôme de Master en sociologie

Option : Sociologie des organisations et du travail

Thème

*Le Rôle des nouvelles technologies de l'information et de la
communication sur l'organisation de l'entreprise*

Cas pratique : Entreprise SARL Ramdy-Bejaïa

Réalisé par :

M^r: KADI Adem

Encadré par :

M^{re}: SOUALMIA Abderrahmane

*Année Universitaire
2019-2020*

Remerciements

*Je rends grâce à Dieu de m'avoir donné le courage, la volonté
et la force pour réaliser ce travail.*

*Je tiens à exprimer ma sincère reconnaissance et mes
remerciements à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à
l'élaboration de ce travail.*

*Tout d'abord à Mr Soualimia Abderrahmane Directeur de ce mémoire,
pour avoir accepté de diriger ce travail. Pour sa disponibilité et
son écoute tout au long de la réalisation de ce travail. Je tiens
également à le remercier pour l'inspiration, l'aide et le temps
consacré à la finalisation de ce mémoire.*

*Ensuite, à Mesdames et Messieurs les membres du jury qui ont
accepté d'évaluer ce travail. Qu'ils trouvent ici l'expression de
ma reconnaissance.*

*J'exprime ma gratitude à tous les responsables et dirigeants des
différentes Directions de l'entreprise « Sarl Ramdy »
qui ont acceptés de répondre à mes questions et
de me permettre d'accéder à leurs documentations.*

*Je ne peux terminer ces quelques lignes sans remercier tous
mes proches pour leurs soutiens et leurs encouragements en
particulier mes parents, mon frère, mes soeurs. Ainsi que mes
amies et qui m'ont toujours soutenu et encouragé au
cours de la réalisation de ce mémoire.*

ADEM

Sommaire

Liste des abréviations

Introduction

Chapitre 1 : Le cadre méthodologique :

1. Les raisons de choix du thème.....	1
2. Les objectifs de la recherche	1
3. La problématique.....	2
4. Les études antérieures.....	5
5. L'hypothèse de la recherche.....	7
6. Conceptualisation	8
7. Méthode et technique de recherche.....	16
8. Les obstacles rencontrés	23

Le cadre théorique :

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

La section 1 : La Généralité sur les NTIC

1. Définition des NTIC.....	24
2. Les caractéristiques des NTIC.....	25
3. Les types et les outils des NTIC.....	26
4. Le développement historique des NTIC	29

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

1. L'information dans l'entreprise.....	31
2. Les sources de l'information	32

3. La diffusion de l'information.....	33
4. La qualité de l'information.....	33

La section 3 : La communication organisationnelle au sein de l'entreprise

1. Définition	35
2. Le développement de la communication organisationnelle.....	37
3. Les moyens de la communication organisationnelle.....	38
4. Les modèles de communication organisationnelle.....	42
5. Les objectifs de la communication organisationnelle.....	43

Chapitre 3 : Les apports des NTIC dans l'entreprise

La section 1 :L'internet

1. Définition de l'internet	45
2. Les fonctions de l'internet dans l'entreprise.....	45
3. L'internet et la performance au sein de l'entreprise.....	47

La section 2 : Le commerce électronique

1. Définition	48
2. Les caractéristiques du commerce électronique.....	48
3. Les objectifs de commerce électronique	51

Chapitre 4 : Le Rôle des NTIC dans l'entreprise.

La section 1 : Les NTIC dans l'entreprise.

1. Comment peut-on réussirai les NTIC dans l'entreprise.....	52
2. Les investissements dans les NTIC	54
3. Le rôle des NTIC sur l'organisation de travail.....	55
4. Le rôle des NTIC sur le changement organisationnelle.....	56
5. Le rôle des NTIC sur les conditions de travaux.....	58
6. Le rôle des NTIC sur ressources humains.....	60
7. Le rôle des NTIC sur l'économie de l'entreprise	64

Le cadre pratique :

Chapitre 5 : Présentation de l'organisme d'accueil et la présentation des données observables sur terrain

- 1 - Présentation de l'organisme**
- 2- L'organigramme de l'entreprise**
- 3- Présentation des données observable de l'entreprise et la confirmation de l'hypothèse**

Conclusion

Liste bibliographique

Liste de l'abréviation:

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

DG : directions générale.

E-commerce : le commerce électronique.

GRH : Gestion des Ressources Humaines.

IP : Internet Protocol.

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

PME : Petit et Moyen Entreprise.

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

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

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

CDI : centre de documentation et information

CIO : centre de documentation et d'orientation

Introduction

Introduction

Au cours des dernières années, les Technologies de l'Information et de la communication (TIC) sont devenues un nouveau vecteur de changement plus en plus important de la croissance économique de l'entreprise, elles ont transformé la planète en un petit village. Ces TIC ont changé le comportement du personnel (structure transversale). L'association de l'informatique et des communications a permis de circuler l'information dans le monde, celui qui la détient à le pouvoir, l'information est la matière première du futur. Elles ont un fort impact sur le quotidien des individus et notamment sur leurs usages et habitudes donc exigent des compétences élevées et la maîtrise..

« L'essor des NTIC s'est fait d'une manière plus rapide que prédit. En effet, plus de moitié de la population mondiale a aujourd'hui accès aux NTIC notamment grâce à la Révolution de la Téléphonie mobile (Smartphones, etc.), L'accès à ces nouvelles technologies devient en plus aisé. Le rôle des NTIC dans le développement socio-économique des pays, notamment des pays émergents, est une thèse de plus en plus mise en avant. Actuellement, les nouvelles économies, l'économie numérique et le E-commerce font l'objet de nombreuses recherches, c'est pourquoi l'évolution technologique a conduit les sociétés modernes à adopter de nouvelles façons de travailler.

L'introduction des NTIC et sa rapide propagation dans la société, de même que la reconnaissance dans leur utilité, ont rendu ces médias extrêmement populaires. En conséquence, de nombreuses entreprises et organisations font appel aux nouvelles technologies de l'information et de la communication dans le but de perfectionner leurs domaines, d'augmenter leur productivité et de minimiser leurs coûts, étant donné que ces moyens permettent l'amélioration des activités et assurent plus d'efficacité dans le travail »¹.

¹M.TAZIBT. A, Les Tic : outil et application, l'université de Marseille 1 , France , 2011 p 2.

Introduction

Le développement de la nouvelle économie dépend des connaissances et de la créativité de l'être humain que des ressources naturelles. Cette nouvelle tendance de l'économie mondiale se trouve en pleine mouvance c'est-à-dire une mutation d'une économie de production à une économie d'information et de savoir. L'économie du marché est une économie de réseaux de services où l'information est la source moyenne de création de la valeur ajoutée. Ainsi le partage de l'information et le partenariat s'impose au sein de l'organisation. Face à ces exigences telle que (mondialisation: ouverture du marché, alliance partenariat..), l'entreprise algérienne doit s'adapter et adapter son organisation avec les outils appropriés. En cela les Technologies de l'Information et de la Communication; abréviation souvent utilisée (TIC) offrent une meilleure opportunité pour l'entreprise algérienne. L'économie du III millénaire ne peut être en dehors du contexte de la globalisation des économies et la mondialisation des échanges et l'accélération de ces TIC parce que la compétitivité des entreprises se fait grâce à l'innovation et les techniques.

Vu à l'usage que les NTIC présentent et les objectifs qu'elles visent à réaliser, de cette recherche nous voulons découvrir quel rôle fait-on des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur l'organisation de l'entreprise au sein de la SARL « Ramdy ». Cette recherche s'articule autour de Cinq principaux chapitres suivant :

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

Le deuxième chapitre : traite le cadre théorique il s'agit en effet de trois chapitres dans le premier J'ai parlé sur les nouvelles technologies de l'information et la communication qui devise en trois section la premier J'ai entamer la généralité sur les NTIC et dans la deuxième sur l'information dans l'entreprise, en dernier lieu sur la communication organisationnelle. Et en suite dans le troisième chapitre J'ai aborder les apports des NTIC qui contiennent 2 sections, la première sur l'internet et la deuxième sur le commerce électronique. .

Introduction

Le Quatrième chapitre : j'ai parlé sur le rôle des nouvelles technologies de l'information et de la communication dans l'organisation de l'entreprise.

En dernier lieu le cadre pratique J'ai abordé de présenté l'organisme d'accueil et la présentation des données observables et enfin la confirmation de l'hypothèse.

1. Les raisons de choix du thème :

Les motivations pour le choix de ce thème est dictée par plusieurs raisons :

Je s'intéresse au rôle des nouvelles technologies de l'information et de la Communication au sein de l'entreprise.

La préoccupation majeure des entreprises mondiales sur les NTIC qui sont considérées comme des outils indispensables au fonctionnement et au succès des entreprises.

Acquérir plus d'information et de connaissance dans le domaine qui nous servira dans notre vie professionnelle.

Par rapport à mon parcours et à ma spécialité, « Sociologies des organisations et du travail » je veux savoir à quelle niveaux les NTIC contribuent à l'évolution et le développement de l'entreprise qui adopte ces technologies.

2. Les objectifs de la recherche :

Tout travail intellectuel doit être déterminé par des objectifs, afin de bien situer la Recherche .pour investigation, les desseins sont les suivants :

Montrer l'importance et l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication dans le milieu professionnel.

Montrer la réalité des NTIC dans la gestion organisationnelle de l'entreprise.

Monter à l'organisation l'importance des NTIC qui vont permettre d'augmenter ses Parts du marché et des clientèles dans un délai, précis aussi de mieux faire face à la Concurrence.

Démontrer la situation de travail liée à l'introduction des nouveaux outils de la Communication dans les entreprises algériennes.

3. La problématique

La réalité de la mondialisation dans laquelle vit le rideau né fait naître une nouvelle scène mondiale, basé sur le développement et la production des systèmes de connaissance et transformé une force de production fondamentale, et la prise en compte des technologies de l'information et de la communication comme moteur principal et le décideur final des pays . Afin de préparer leur sol pour recevoir l'agent de cette mondialisation et profitez de ses avantages.

Bien que le monde vit une révolution technologique de passage de la société Industrielle matérialiste vers une société de l'information, il est nécessaire de dire que les TIC sont l'un des principaux vecteur de l'activité économique et social presque partout dans le monde, ainsi les NTIC constituent en autre un secteur ou la concurrence se joue directement à lé échelle mondiale, la globalisation des entreprises, des marchés et des circuits de la finance n'a pas seulement implique un remodelage des structures économique et des flux d'échange, elle a aussi conduit à la professionnalisation de la communication et de l'information, ainsi qu'à une intégration de plus en plus poussée des phrases de la conception, de la création et de la consommation des produits, parallèlement à la fusion de sphère d'activité jadis séparée , voie opposée .

« Les NTIC sont bien là et déjà utilisé de façon intensive dans tout la société. Certes l'information n'est pas une chose nouvelles et a depuis longtemps les lieux de, de loisir ou de d'éducation. Ce qui est nouveau par contre et qui amène à parler de NTIC et de société de l'information, c'est la convergence aujourd'hui de différents technologies et différents modalités d'utilisation de ces technologies »¹ .

¹ <http://www.memoireonline.coù/impact-des-TIC-dans-l'entreprise-cas-de-wo-13.h> 27 consulté le 4-03- 2020 à 17h.

« Aujourd'hui, l'entreprise se trouve en face de plusieurs enjeux, elle doit réagir vite à la pression croissante de l'environnement, elle doit être savoir quand et comment réagir et que ses choix sont complexes du fait de la variété des facteurs à prendre en considération.

Dans ce contexte de développement et d'organisation d'outils qui s'appuient sur les nouvelles Technologies de l'information et de la communication, considères comme des supports technique favorables à l'obtention des performance recherchées, de deviennent une solution aux problématique aux quelles sont confrontés les directions de l'entreprise grace a une automatisation d'un certain des taches qui nécessitent l'allocation de ressources financières et humaines important »².

Au nival local l'entreprise Algérienne est basée depuis longtemps sur développement et le renforcement de leur économie et l'autre coté reflète les capacité intellectuelles créatives et fonctionnelles de ses ressources humain. Par conséquence inévitable de changement dans une nouvelles réalité postindustrielle appel le monde virtuel. La Ministère algériennes a obligiez les entreprises de faire suivre la politique de renouvelée des appareils et le management et tout les services, sans négliger de qualifie ces nouvelles Technologies de l'information et de la communication pour être l'entreprise rentable.

« En 2010, une étude du Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement (CREAD) a conclu qu'en Algérie l'usage des Technologies de l'Information et de la Communication dans les petites et moyennes entreprises se limite à l'acquisition de l'outil informatique dont l'utilisation est jugée «restreinte». L'étude présentée en marge des rencontres franco maghrébines d'affaires TIC «e-3M Alger 2010» a révélé, par ailleurs, que plusieurs entreprises relevant du dispositif de l'ANSEJ ont un usage très limité des TIC. En effet, la majorité ne possède pas de sites internet lui permettant de préserver sa visibilité sur le web afin d'échanger les informations et de présenter ses prestations. Pour une grande partie de ces PME, l'usage des TIC se limite à l'acquisition de pc. Il ressort de l'étude qui a cible plus ».

« Malheureusement, dans la société algérienne, « nombreuses sont les PME/PMI qui vivent encore dans le Moyen Age numérique et qui ne sont pas au diapason des évolutions constatées dans d'autres pays, notamment maghrébins », explique Ali Kahlane, expert et président de l'AAFSI.

Dans ces conditions, les chefs d'entreprises ont pris conscience de l'urgence de procéder au développement des mécanismes et des mesures incitatives qui permettent l'accès des ménages et des très petites entreprises aux équipements et aux réseaux des TIC. De nombreuses entreprises ont d'ailleurs entrepris des investissements en interne dans ce domaine et d'autres offrent des formations à leur personnel. En 2013, nos entreprises ont compris la nécessité d'emprunter le train rapide des TIC. Plusieurs jeunes ont même fait le pari des TIC pour réussir à s'imposer sur le marché du travail. »³

A partir de cette présentation sur l'évolution des NTIC dans l'échelle mondiale et locale Spécifiquement le développement de ces dernières dans les entreprises Algérienne, mon travail contiens l'objet de faire apparaitre ce que les NTIC apportent de Novateur en termes de configuration et de fonctionnement organisationnel, je souhaite également faire le point ici sur les bouleversement qu'elle engendre à l'intérieure de l'entreprise qu'à son environnement plus proche. A travers des lectures qui Jai fait des différentes recherches et enquête effectuées.

Au tanque ma recherche sur le rôle les NTIC dans l'organisation de l'entreprise , qui s'est déroule à l'entreprise de production alimentaire SARL Ramdy, tant de réponde aux Questionnement suivant :

- Est – ce que les NTIC existent dans cette entreprises ? et quel est le rôle de ces dernières sur l'entreprise en terme d'organisation ?.

³<http://usage-des-tic-dans-les-entreprises.Algerienne.lent,html>. Consulté le 5-03-2020 à 13h.

4. Les études antérieures¹ :

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

La première est celle *d'Abdelkader Rachedi en 2006*, pour un grade de magister en *science économique à l'université de SAIDA (Algérie)*.

Le chercheur a mené une étude sur « l'impact des NTIC sur l'entreprise » au sein de la société *SONELGAZ* de la wilaya *de SAIDA*, auprès d'un échantillon constitué de 77 cadres (toutes Catégories confondues), dont l'objectif principal est de montrer que ces technologies d'information et de communication apportent des nouveautés au sein des entreprises Algériennes.

D'après lui, les entreprises Algériennes d'aujourd'hui sont à la recherche des idées nouvelles qui permettent d'atteindre la performance et l'efficacité dans le développement des technologies d'information et de communication, de modifier la vitesse des échanges commerciaux et d'imposer à l'entreprise Algérienne actuelle un autre rythme de travail et de réaction. Elles sont considérées comme une nouvelle culture de partage d'information, de communication et de coordination des activités.

L'entreprise améliore considérablement sa productivité par la dérégulation des temps, l'évaluation des comportements des individus, la réduction de l'espace et l'externalisation des activités en dehors des frontières habituelles de l'entreprise¹.

Donc à partir de cette enquête menée par ce professeur on peut confirmer que les entreprises algériennes cherchent à éteindre l'efficacité et la rentabilité à partir de l'application des nouveaux systèmes de l'information et de la communication. Ainsi de faire des échanges commerciaux dans les marchés locaux.

¹ MORTON Michael et S. Michael, *l'entreprise compétitive au futur : technologie de l'information en transformation de l'organisation*, Édition d'organisation, Paris, 1995, p. 15

L'étude de *Chadli chaouki (2007)* un professeur dans la faculté des sciences et de la Technologies et de science de la matière à l'université de kasdi Merbah Ouargla. Ce dernier a mène une étude sur « l'utilisation des NTIC sur la performance et les organisations des PME en Algérie », cette étude visait à évaluer l'intensité et les modes d'utilisation des de l'information et de la communication dans les entreprises, l'étude a atteint le taux d'utilisation des technologies ne dépasse pas 29,5 pourcent au niveau des entreprises algériennes, ce qui un degré d'appropriation de cette technologie est proportionnel à la taille de l'organisation.

Le professeur dans son étude appliquer la méthode analytique descriptive pour arriver au résultat suivant il remarque la réduite des couts de la communication et de promotion, et améliorer la qualité des services fournis aux clients et faciliter les échange informatique, coordination et expansion sur le marché local »²

BOULOC Pierre « NTIC : comment , en titre profit » en mai 2002,*l'institution Novamétrie*, ont réalisé une étude sur les NTIC dans la PME françaises (en majorité des entreprise de mois de 300 salaries), sur leur utilisations des NTIC .Ils ont constaté que seulement 17pourcent de l'échantillon affirmer de faire une utilisation complète d'un outil de ce type, un tiers de responsable interrogés se disaient au stade de la réflexion ou d'un première développement, et plus de la moitié déclaraient ne pas trop y croire on n'avaient pas D'avis sur la question.

Une autre étude faite par(le centre des jeunes dirigent en 2000) sur 140 entreprises volontaire, ils ont constaté que si le taux dépasse de 91 pourcent , il ya 44 pourcent des PME et PMI possèdent un site d'internet il s'agit de la majorité de PME. Donc l'internet la seule application des nouvelles technologies dans l'entreprise, l'introduction de numérique dans les systèmes de la production, une gestion informatisée des appelés, les échanges de donnée informatisée , l'informatisation des déclaration administratives sont autant d'application diveres que permettant aujourd'hui ces nouvelles technologies.³

²BOULOC Pierre, NTIC : comment en tire profit, 8^{eme} Edition RIA, Paris, 2003. p 10

³TOUARI Fatima, mémoire de magister, spécialité gestion des affaires, l'université Oran 2, 2014-2015, p 5.

Donc a travers ces 3 enquête mène on peut affirmer que les entreprises ont obligiez de d'aborder les NTIC dans leur services a fin d'atteindre le changement de leur méthodes de travail et d'arriver à la rentabilité et à l'efficacité de l'entreprise.

5. L'hypothèse:

«Une hypothèse est une proposition qui anticipe une relation entre deux termes qui, selon les cas, peuvent être des concepts ou des phénomènes. Elle est donc une proposition provisoire, une présomption, qui demande à être vérifiée. Des lors, l'hypothèse sera confrontée, dans une étape ultérieure de la recherche, à des données d'observation »¹

« Pour pouvoir faire l'objet de cette vérification une hypothèse doit être falsifiables. Cela signifie d'abord qu'elle doit pouvoir être testée indéfiniment et donc revêtir un caractère de généralité, et ensuite, qu'elle doit accepter des énoncés contraires qui sont théoriquement susceptibles d'être vérifiés ». ²

➤ Les Nouvelles Technologies de L'information et de la Communication exercent une forte utilisation dans la pratique organisationnel dans l'entreprise SARL RAMDY .

5.1. Discussions de l'hypothèse :

Dans la première sous hypothèse, on va démontrer d'une part, toutes les nouvelles technologies qui sont induites dans l'entreprise telle que l'internet et l'intranet. D'une autre part, leur rôle sur l'organisation de l'entreprise.

Dans la deuxième hypothèse, je essaie de vérifier s'il y a vraiment une énorme utilisation des ses techniques numérique.

¹QUIVY Raymond et VAN CAMPENHOUDT Luc, Manuel de recherche en science social, 3^{ème} édition DUNOS, paris, 1995,2006 p 139.

². Ibid ,139

6. Les définitions des concepts :

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

L'expression NTIC transcrit une locution anglaise utilisée dans diverses instances Internationaux qui correspond à peu près au domaine de la télématique .Elle a différent Définitions selon le point de vue de leur auteur pu selon l'époque, en raison du brouillage Progressifs des frontières des domaines concernés et de l'évolution rapide des rechniques avec la convergence.

Ainsi nouvelles technologie de l'information et de la communication peuvent etre définis comme étant l'ensemble des technologies d'information et de télécommunication elle sont les résultant d'une convergence entre technologies, Elle permettant l'échange des informations aussi de nouveaux moyen et méthode de communication.¹

Les NTIC sens Sociologique :

« Durkheim dans sa vision sociologique des sociétés moderne à partir de la signification des échanges d'une population croissante, il ne thématisé pas durablement l'intérêt pour la technique présent initialement dans la division du travail social, qui se trouve ainsi marginale Dans la suite de ses travaux : soit parce qu'il voit dans la technique un outil heuristique pour interroger les faits sociaux, et no pas un objet digne d'être interrogé sociologiquement pour lui-même ; soit parce qu'il oriente son intérêt pour les technique vers l'étude de la magie et s'éloigne ainsi de l'univers du machinisme, des transports, des individus et des biens comme de la circulation des informations »².

La définition opérationnelle :

« Ensemble des activités qui facilitent l'organisation, grâce à des moyens électroniques, la saisie, le stockage, le traitement, la transmission et l'affichage de l'information »³.

¹ARMAND PATEYRON Emmanuel et SALMON Robert ,les nouvelles technologies de l'informatique et l'entreprise, 3eme ed economica,paris,1996,p 145

²Document numérique sur le lien [journal.openedition.org/liens – sociaux-numérique-sociologie/3149.lang](http://journal.openedition.org/liens-sociaux-numerique-sociologie/3149.lang). Consulté le 5-03-2020 à 22h.

³www.bamans-monsite.com/communication/technologie-de-l'information-et-la-communication/html. Consulté 5-03-2020 à 00h.

➤ L'entreprise

L'entreprise rassemble l'ensemble des activités d'une personne ou d'un groupe de personnes qui travaillent pour fournir des biens ou des services à des clients. La naissance d'une entreprise résulte de la combinaison de plusieurs facteurs : une bonne idée, associée à un apport en argent, en moyens humains ou matériels, et aussi à une bonne dose d'enthousiasme. L'entreprise peut exister sous plusieurs formes. On peut la constituer seul, ce qui n'exclut pas la possibilité d'avoir des salariés. Dans ce cas, le créateur est l'unique propriétaire de l'entreprise. Elle peut aussi se constituer à plusieurs. Chacun est alors propriétaire de l'entreprise proportionnellement à son apport. L'actionnaire ou l'associé peut être une personne physique, une autre entreprise ou même l'État. L'entreprise est alors une entreprise publique. Toutes les autres sont des entreprises privées¹.

Définition opérationnelle :

« Ce que l'on se propose d'entreprendre ce que l'on entreprend, la mise à exécution d'un projet »².

Sens Sociologique :

« L'entreprise apparaît comme un milieu humain spécifique, dont la régulation sociale et culturelles interviennent lourdement sur ces performances économique »³

➤ Le travail⁴

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

¹ ARMAND PATEYRON Emmanuel et SALMON Robert, les nouvelles technologies de l'informatique et l'entreprise, 3eme ed economica, paris, 1996, p 145.

² Dictionnaire reverso.net/[français-définition/opérationnelle-de-l-entreprise/html](https://reverso.net/français-définition/opérationnelle-de-l-entreprise/html). Consulté le 7-03-2020 à 9H

³ SAINSAULIEN Remand et SEGRSTIN Denis, Sociologies de travail, ed Dunod, paris, 2000, p 336.

⁴ [Http ://Définition des NTIC-et de Communication-html](http://Définition des NTIC-et de Communication-html). Dimanche 8/03/2020 ,17 :12h

-Définition opérationnelle :

« Activité pour réaliser quelque chose (travail manuel, travail intellectuel) , individuel ou Collectifs »⁵ .

Sens sociologique :

« Le travail est un acte social total, incluant l'activité de production de bien ou de service et les conditions d'exercice individuelles et collectives de cette activité , mais aussi les conditions d'accès au travail et les processus de satisfaction social induits par le travail »⁶ .

➤L'organisation :

« à la base de l'action collective § c'est un système social organisé pour atteindre des objectifs § Elle se caractérise ainsi par : § un ensemble d'individus : participants, acteurs § un accord, implicite ou explicite, sur un ou plusieurs objectifs partagés par les divers participants § une division du travail, définissant le rôle de chaque participant § une coordination plus ou moins formalisée, qui assure la cohérence des comportements et donc le respect des objectifs communs en dépit de la division du travail »⁷ .

Définition opérationnelle :

« Structure d'un corps pourvu, d'organes vivants, manière dont les élément de ce corps sont organisés, fait ce corp organisé »⁸ .

Sens sociologique :

Michel Crozier « C'est la réponse au problème de l'action collective qui se pose des qu'un projet ou une activité ne peut être mené par l'exercice des capacités d'un seul individu »⁹ .

⁵www.la-toupie.com le 9-03-2020 à 15h

⁶ PIOTET Françoise, La sociologies du travail depuis Georges Friedman, publie le 4-02-2005. Consulté le 9-03-2020 à 13h.

⁷ PLANE.J.M. Théories et Management des organisations, 4 édition ,DONUD, paris ,2008, p 16

⁸www.la-toupie.com le 10-03-2020 à 19h

⁹ Document sur le lien, thèse-univ-Lyon2.fr/l'apport-des-théories-sur-les-organisation/Lyon, 2003. Consulté le 10-03-2020 à 23h.

➤ **L'innovation technologique**¹⁰

L'innovation consiste à un ensemble de processus permettant de créer ou d'améliorer des produits techniques ou services pour le compte d'une organisation ou d'une entreprise.

L'innovation technologique concerne la création de nouvelles techniques et technologies.

Bien entendu, l'innovation peut être variée, sociale, artistique, méthodologique.

Le plus souvent, elle repose sur la recherche fondamentale sur les structures spécialisées en recherche et développement ou bien les inventions, plus ou moins, formelles...

Les économistes considèrent que l'innovation est à la base du progrès humain et source de croissance économique. Dans la durée, elle simplifie l'existence humaine en apportant une efficacité et une efficience.

Dans tous les secteurs d'activité, sa présence semble indispensable, tels que la santé, la robotique, l'intelligence artificielle, la communication.

En entreprise, l'innovation technologique et sociale augmente la performance financière globale via l'introduction d'outils techniques, robots, logiciels, et de méthodes organisationnelles et de management, etc.

¹⁰ DE DOISLADELL Henri mahi. Op cit p 182.

➤ Technologie

« C'est La « combinaison de ressources, de connaissances et de techniques qui permet une organisation de créer un produit ou un service. La concurrence entre la structure et la technologie est un élément majeur de succès de l'organisation»¹

Définition opérationnelle :

« Le mot technique quel qu'en soit l'emploi moderne des médias, veut dire 'discours' sur la technique, faire étude sur une technique, faire de la sociologie de la technique donner un enseignement d'ordre technique »².

Sens sociologique :

« On appelle technique, un groupe de mouvement, d'actes généralement et en majorité manuels, organisés et traditionnels, concourant ou chimique ou organique »³.

➤ L'information

« Un renseignement obtenu de quelqu'un ou sur quelque chose, ou une nouvelle Communiquée par agence de presse, un journal, la radio, la télévision »⁴.

Sens Sociologique :

« La société de l'information est un écran qui sous l'apparence d'une explication de la modernité tend à d'autres perception des relations sociales »⁵.

¹ Méllisa SAADOUN, OCP .cit. p 156.

² Dictionnaire sur le lien www.la.toupie.com/ consulté le 11-03-2020 à 20h

³ MOUSS Marcel, Les techniques et la technologique, ed la découverte, paris, 2004, p 434.

⁴ NENEU Erik , Approche sociologique de l'information et la communication, Article 01 publie le 11-10-2013 Consulté le 11-03-2020 à 13H.

➤ **La communication**

« La communication, c'est l'action de communiquer, de transmettre, d'informer. cette fonction désigne l'étude générale du langage sous trois aspects : l'expression (celui qui utilise ce type de communication cherche à communiquer une intention, une émotion, un état de conscience) ; la représentation (donne des informations sur les événements, retransmet un savoir) ; l'action sur autrui (cherche à convaincre, à séduire, à influencer autrui, transmet des ordres, intime des interdictions »¹ .

« La communication c'est la diffusion de l'information d'une manière très facile à travers média unique et une centralisation des données »² .

Définition opérationnelle :

« Porte sur les échanges destinés à assurer et organiser le fonctionnement de L'entreprise et le respect des procédures de travail »³ .

Sens sociologique :

« La communication est le mécanisme par la quel les relations existent et se Développement »

« La communication est l'ensemble des phénomènes qui peuvent intervenir lorsque l'individu transmet une information à un ou plusieurs autres individus a l'aide du langage articulé ou d'autre code comme taux de la voix, gestuelle, regard, respiration... »⁴ .

➤ **La performance.**

« La performance est un concept multidimensionnel a performance globale (difficile à mesurer techniquement. La performance globale est a l'agrégation des performances économique, sociaux et environnement), Marcel le petit le définit (comme une visée ou un but) multidimensionnelle économique ,social et sociétales ,financières et environnementale , qui concerne aussi bien les entreprises que sociétés humaines ,autant les salariés que les citoyen »⁵

Sens opérationnelle :

« La capacité ou la faculté d'une entreprise pu d'un manager à atteindre des objectifs , commerciaux ou financières »⁶ .

Sens Sociologique :

« Il s'agit de la notion de valeur au sens large du terme qui inclus la valeur économique, financière, ou « tout simplement se rendre utile par sa mission et à travers de ses produits pour ses clients »⁷

¹<http://www.bamas,e-monsite.com/communication/technologie de l'information et de la communication/>consulter le 12/03/2020.

² JOLY. Bruno,La communication,ed de boeck université,bruxelle,Belgique,2009,p 7

³Document sur le lien, Maxicours . com/ cours – la – communication-opérationnelle/html. Le 15-03-2020 à 21h

⁴<http://dictioniare de sociologie/communication.html>. le 16-03-2020 à 20h

⁵ISSOR Zineb , La performance de l'entreprise : un concepte complexe aux multiples dimensions , 3 éme ed ,paris , 2017 , p 93

⁶Le lien ;Rachatdicredit.com/performance –définition-opérationnelle/html. Le 20-03-2020 à 9h

⁷SALGADO Melchior, La performance :une dimension fondamental pour l'évaluation des entreprises et des Organisations. ed puf , paris , 2013 , p 30

7. Méthode et technique de recherche :

« Ce n'est pas parce qu'il s'agit de sciences humaines, d'un domaine où s'effectue la rencontre d'individus ou de groupes, d'un domaine où la subjectivité s'introduit subrepticement, qu'il faut croire que l'on peut faire n'importe quoi sous la dénomination de « recherche scientifique ». J'ai déjà indiqué et J'ai n'hésité pas à le répéter, une recherche n'est pas scientifique si elle ne répond pas à des critères relativement précis et acceptés par l'ensemble du monde scientifique (d'où, par ailleurs, leur relativité dans le temps et dans l'espace ».

Pour qu'un chercheur puisse mener à bien son enquête et arriver à des résultats pertinents, il doit penser aux moyens à utiliser à chacune des étapes de sa recherche, et ce sera bien sûr sa méthodologie qui est définie par Maurice Angers comme (l'ensemble des méthodes et techniques qui orientent l'élaboration d'une recherche et qui guident la démarche scientifique).¹

7.1. La méthode utilisée :

Le terme « méthode » a un sens très précis. Il s'agit de l'ensemble des démarches que suit l'esprit pour découvrir et démontrer la vérité (dans les sciences). Elle se réfère donc, d'une façon explicite ou implicite, à une théorie de la définition et de la découverte de la « vérité ». La méthode « artistique » pour aborder une situation ou un phénomène est très différente de l'approche « scientifique ». La « vérité » de l'artiste n'est pas celle du chercheur, et il est impossible d'établir une hiérarchie entre les deux approches, chacune ayant ses démarches et caractères propres. Toute méthode, pour s'exercer, fait appel à un ensemble de « techniques » : pour la méthode scientifique, technique de l'analyse de contenu, technique de la construction d'un plan expérimental, de l'observation d'un individu ou d'un groupe... Le paradigme de la recherche scientifique et celui de la recherche artistique sont de natures différentes, ce qui ne veut pas dire qu'à certains moments de sa démarche le chercheur scientifique ne mette en jeu le paradigme artistique (rôle de l'intuition, de la créativité) ².

(Au plan de la représentation philosophique, la méthode comprend l'ensemble des opérations intellectuelles qu'une discipline met en œuvre pour démontrer, vérifier et établir les vérités qu'elle poursuit. A partir de cette conception, la méthode apparaît comme un ensemble de règles indépendantes de toute recherche, mais visant des formes de raisonnement qui rendraient accessible la réalité à saisir.

Dans un sens restreint, ces méthodes ont en commun d'être structurées autour d'un ensemble concerté d'opérations, un corps de principe présidant à toute recherche organisée, un ensemble de normes permettant de sélectionner et de coordonner des techniques. Elles constituent donc un plan de travail.

Dans son sens étroit, la méthode doit être distinguée de la technique. A l'instar de la méthode, la technique doit répondre à la question du " comment ". Elle constitue un moyen d'atteindre un but. Gestuelle au départ (technique du sportif ...) elle peut marquer des étapes intellectuelles, comme c'est le cas dans la pratique de l'interview. Ainsi perçue, la technique représente les étapes d'opérations limitées, liées à des éléments pratiques, adaptées à un but défini alors que la méthode est une conception intellectuelle, coordonnant un ensemble d'opérations, en général plusieurs techniques. (Ex : chaque joueur de tennis possède une technique ou des techniques structurées autour de revers, drive, service, façon de poser les pieds, de tenir sa raquette... Mais chacun utilise sa technique en fonction d'une méthode : fatiguer l'adversaire, jouer du fond du court ou au filet...) La méthode est avant tout réflexion : elle utilise et organise ses techniques pour la réalisation du seul but qui vaille : gagner)³.

¹ ANGERS Maurice, Initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines, Edition Casbah Université, Alger, 1997, P130.

² MIALARET Graton, La Méthode de recherche en sciences de l'éducation, ed presse universitaires de France, paris, 2004 , p 36 .

³Ibid , p 40 , 41

Pour découvrir les principales raisons de mon étude et connaître le degré de corrélation entre les aspects théoriques et pratique, de se fait J'ai écarté à la méthode quantitative. Donc, l'objectif est de décrire et d'analyser le phénomène étudié puis expliqué et comparer les causes.

La méthode quantitative se présente comme suite :

« Le comptage et la mesure sont des méthodes quantitative banals, le résultant de la recherche est un nombre ou un ensemble de nombre, on les présenté souvent sous forme de tables, graphique ...

Dans la plupart des sciences physique et biologique, l'utilisation des méthodes quantitatives ou qualitatives n'est pas contestée et sont mises en neuve à bon exigent ; on science social et en particulier en sociologie, en anthropologie et en psychologie, cette utilisation est une source de contrepercé voire controverses idéologique, on terme dans chaque discipline des écoles de pensée qui ont augmenté en faveur ou en défaveur de l'utilisation de ces méthodes. Les tenants de l'usage des méthodes quantitatives ont soutenu que c'est l'unique moyen pour les sciences sociales d'accéder à un statut scientifique ; les tenants des qualitatives. Soutiennent au contraire que les méthodes quantitatives. Selon Claude Javeau les méthodes quantitatives sont loin d'être une observation empirique de la réalité. La détermination des hypothèses induit en bonne partie le résultant »⁴

⁴GRAWITZ Madeleine, Méthode des sciences sociales, 11^{eme} édition, Ed. DALLOZ, Paris, 2001, P220.

7.2. Choix de la technique :

Dans ma recherche J'ai employé les techniques suivantes :

7.2.1. Pré enquête :

« L'étape de la pré-recherche est une étape cruciale. A cette étape, le chercheur tente de se familiariser de la façon la plus complète possible avec son sujet. A quelle population s'adresse l'enquête? Quelles sont les caractéristiques de cette population sur le plan démographique, sociologique, politique? Il faut rechercher toutes les données pertinentes sur la population et sa composition, chercher les données d'enquêtes déjà réalisées auprès de cette population ou de populations similaires, que ce soit sur le même sujet ou sur un sujet relié. Il est aussi important de recueillir les questionnaires déjà utilisés sur le même sujet avec des populations similaires. Sur le plan théorique, une recherche documentaire sert à tracer un portrait du contexte dans lequel s'insérera l'étude, ce qui permet de mieux cibler le projet »¹.

Elle est une étape importante dans ma recherche, elle m'a permis de mieux comprendre et connaître bien le terrain d'investissement afin de bien explorer les différents départements et les directions de l'entreprise et avoir plus d'information sur le sujet à traiter, cette pré-enquête est déroulée au sein de l'entreprise SARL RAMDY (Akbou-Bejaia) à été entamée le 26-02-2020 et le 14-03-2020.

¹Cour de DURAND Claire, La pré-enquête, l'élaboration de la question de recherche, l'université de Montréal, le 6-01-2009, consulté le 20-03-2020, 13h.

7.2.2. L'observation

« L'observation comprend l'ensemble des opérations par lesquelles le modèle d'analyse est confronté à des données observables. Au cours de cette étape, de nombreuses informations sont donc rassemblées. Elles seront systématiquement analysées dans l'étape ultérieure. Concevoir cette étape d'observation revient à répondre aux trois questions suivantes : Observer quoi ? Sur qui ? Comment ? »¹.

Cette technique m'a permis tout au long de mon enquête d'observer l'existence des NTIC dans l'entreprise et d'identifier le degré de connaissance de la manipulation de ses outils numériques. Ainsi voir la fluidité de ses derniers sur l'organisation de l'entreprise. Donc les NTIC occupent une place très importante dans l'entreprise SARL RAMDY qui leur permet de mieux s'organiser dans leur travail.

7.2.3. Le questionnaire :

« Consiste à poser un ensemble de questions, le plus souvent représentatif d'une population, une série de questions relatives à leur situation sociale, professionnelle ou familiale, à leurs opinions, à leur attitude à l'égard d'un option ou d'un enjeu humains et sociaux, à leurs attentes, à leur niveau de connaissance ou de conscience d'un événement ou d'un problème, ou encore sur tout autre point qui intéresse les chercheurs. L'enquête par questionnaire à perspective sociologique se distingue du simple sondage d'opinion par le fait qu'elle vise la vérification d'une hypothèse théorique et l'examen de corrélation que ces hypothèses suggèrent. De ce fait, ces enquêtes sont généralement beaucoup plus élaborées et consistent que ne le sont les sondages. Compte tenu du grand nombre de personnes généralement interrogées et du traitement quantitatif des informations qui devra suivre les réponses à la plupart des questions sont normalement précédées de sorte que les répondants doivent obligatoirement choisir leur réponse parmi celles qui leur sont formellement proposées »²

¹ QUVY Raymond et VAN CAMPENHOUDT Luc, Manuel de recherche en sciences sociales, 3^e éd Donud, Paris, 1995-2006, Paris, p 185.

² Ibid, 171

Présentation de questionnaire :

Mon questionnaire est composé de trois axes :

1-Il concerne les données personnelles telles que : le sexe, l'âge, le niveau d'instruction et la catégorie professionnelle.

2- relatif au NTIC utilisé et leur apport dans l'entreprise SARL RAMDY.

3- Le rôle des NTIC sur l'organisation de l'entreprise

7.3. La population d'étude :

7.3.1 L'échantillon :

Le choix d'entretenir cette catégorie socioprofessionnelle « les cadre » revient à plusieurs facteurs dont J'ai citée le niveau d'instruction où 80% des cadres et agent de maîtrise et d'exécution ont suivis une formation universitaire ce qui ma facilite à réaliser mon questionnaire, ils sont mieux branchés à ce genre de moyens où la majorité les connaissent avant d'être recrutés dans cette organisme. La plus part des NTIC leur usage est favorise à eux, mais pas aux autres catégories comme exécuteurs, leur degré d'appropriation et de maîtrise est très élève et même différent par apport aux autres.

7.3.2. Le choix de l'échantillon :

Afin d'avoir accès à ma population d'étude, il à été nécessaire de faire recoure à la méthode d'échantillonnage aléatoire simple qui est définie comme «L'échantillonnage est un ensemble des opérateurs permettant de sélectionner un sous-ensemble d'une population en vue de constituer un échantillon ».

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

8. Les obstacles rencontrés

Toute recherche scientifique rencontre des obstacles, les miens sont les suivants :

La difficulté d'accéder au terrain d'étude vu à la maladie covid-19 qui a introduit un confinement et de ne pas sortir de chez soi.

La fatigue physique par manque de sommeil surtout que je suis tout seul à la réalisation de ce travail

L'indisponibilité d'accéder à la bibliothèque et le manque des ouvrages et des livres à cause de cette épidémie

Chapitre 02

✓ Section1 : La généralité sur les NTIC

1. Définition des NTIC

«Les technologies de l'information et de la communication ont une dimension sociétale puis que on les associe généralement à la société de l'information vu leur impact étendu, autrement dite L'avènement des TIC représente une formidable mutation pour notre société, en ce sens qu'elle permet entre autres de s'instruire, s'informer, se divertir, ou de communiquer dans de meilleures conditions en abolissant toute notion de distance, de frontière. Elle offre donc un nouveau mode de fonctionnement de la société qui passe de la société industrielle à la société de l'information. Nous assistons cependant aussi, de manière parallèle, à une transformation radicale du comportement des hommes que ce soit dans les milieux : professionnel, familial, pédagogique ou dans les relations sociales en général. Voire même la civilisation et on dit fréquemment qu'à chaque invention ou développement technologique correspond une ère civilisationnelle nouvelle.¹

« Les NTIC englobe l'ensemble des technologies permettant de crée d'interagies de l'information ou des opinion de façon électronique sous forme de texte, d'audio, de photo l'interaction ou le partage peut avoir lien dans les différent contexte ».²

« Le terme NTIC appelle généralement comme technologies de l'information et de la communication dans le langage courant, couvre un large éventail de services, application Technologie, équipements et logiciels, c'est-à-dire les outils comme la téléphonie et l'internet l'apprentissage à distance, les télévisions, les ordinateurs, les réseaux et les logiciels pour Employer ces technologies ».³

¹ARMAUD RATEYRON E mmanuel et SALMON Robert ,les nouvelles technologies de l'information et l'entreprise,ed economica, paris , 1996, p 8 .

²ZAZA Mouhamed,mémoireonligne,l'impact des technologies de l'information et de la communication sur l'entreprise, université de laayoun , 2016, consulté le 21-03-2020 à 20h.

³BOUHISSI. H , Technique d'information et de communication, centre universitaire de Relizane, institut des sciences technologies, 2015 , le 21-03-2020 à 9H ,

2. Les caractéristiques des NTIC :

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

¹<http://wikimémoire/type-tic-historique-tic-caractéristique-des-tic/html>. 2011 le 16-03-2020 à 14h00

3. Les types et les outils des NTIC :

Internet :

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

Intranet :

« Il faut que l'entreprise maitrise l'art de la communication pour faire face aux obstacles économique actuels et s'enfonçant de développer sa structure et de la rendre plus adaptée aux outils internet, l'intranet était donc la nouvelle logique s'organiser pour réduire les couts et répondre aux besoins de chaque organisation qui cherchant à valoriser le travail coopératif pour ses employés moderniser leurs connaissance et les aider à prendre la décision devenant ainsi la meilleure performance. Le terme est apparu pour la première fois en 1996 dans une décision pour « Forrester Research » comme un ensemble de solution technologique appliquer sur l'internet »²

Extranet :

« Est le résultant d'un appariement entre l'internet et l'intranet, ou en d'autre terme, c'est un réseaux d'intranet ouvert à l'environnement extérieur des institution coopérâtes entre elles qui sont liées par un partenaire commercial, en projet cependant, il garde la confidentialité de chaque réseaux individuel. Ainsi extranet est le lien entre l'institution et son environnement externe, en tant que partenaire et revendeurs il comprenait un contact constant avec eux via des applications internet, y compris la transmission des données information, il travaille également à leur fournir tous le développement internes et externes de l'organisation, et il a un rôle d'acteur de la commercialisation de la production et des service. »³

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

² GODE Fray Darg Nguyen, l'entreprise numirique, ed Economica, paris, 2001,

p209

³ Ibid, p 209

Le Groupware

«Un **groupware** est un système logiciel qui permet à un groupe de personnes de partager des documents à distance. »

Selon Jean-Claude Courbon, le " groupware est l'ensemble des technologies et des méthodes de travail associées qui, par l'intermédiaire de la communication électronique, permettent le partage de l'information sur un support numérique à un groupe engagé dans un travail collaboratif et/ou coopératif ".

Selon Peter et Trudy Johnson-Lenz, le " groupware est l'ensemble des processus et procédures d'un groupe de travail devant atteindre un objectif particulier plus les logiciels conçus pour faciliter ce travail de groupe¹.

Le Workflow

« C'est un ensemble de dispositifs techniques et logiciel permettant la diffusion, l'administration et l'exécution d'un flux d'information au sein du groupe de travail, le workflow assure l'automatisation des processus de circulation des document mettant en jeu plusieurs acteurs dans une organisation. Ce type de logiciel s'appuies sur les technologies de l'information er de la communication. »²

E-formation

« L'**e-formation** se définit par « l'utilisation des nouvelles technologies du multimédia et de l'Internet afin d'améliorer la qualité de l'éducation et de la formation à travers l'accès à distance à des ressources et des services, ainsi qu'à des collaborations et des échanges »³.

Micro soft outlook

« Outlook est un logiciel de la suite Microsoft Office qui permet la réception et l'envoi d'emails, de les classer, mais aussi la gestion d'un carnet d'adresses complet, la gestion de tâches et de votre temps. En entreprise, Outlook peut être connecté afin que vous puissiez consulter les disponibilités des autres en vue de caler un rendez-vous »⁴

¹le lien www.techno-science.net, le 22-03-2020 à 22h

²GLIKMAN Viviane, *la E-formation entre globalisation des produit*, ed Colloque bouges, Montréal,2002p 10

³le lien www.axess-solution-formation.fr, le 22-03-2020 à 22h30

⁴le lien cours-information-gratuit.fr le 24-03-2020 à 19h

Email (courrier électronique)

« Le courrier électronique, courriel, e-mail, mail est un service de transmission de messages écrits et de documents envoyés électroniquement via le réseau Internet dans la boîte aux lettres électronique d'un destinataire choisi par l'émetteur. Pour émettre et recevoir des messages par courrier électronique, il faut disposer d'une adresse électronique et d'un client de messagerie ou d'un webmail permettant l'accès aux messages via un navigateur Web »¹.

Les réseaux sociaux

« Les réseaux sociaux sur Internet sont des applications ayant comme objectif de relier des amis, des connaissances ou des associés. Les réseaux présentent des orientations plus ou moins personnelles ou professionnelles, c'est-à-dire que l'objectif des utilisateurs peut être de retrouver des amis et de partager des outils avec eux (photos, messages, commentaires, applications ludiques...) ou de tisser un réseau professionnel (rencontrer des partenaires potentiels, trouver un nouvel emploi, trouver des collaborateurs, annoncer des événements ou des activités professionnelles...). Le réseau le plus connu est évidemment Facebook »².

Le téléphone mobile

« Le téléphone mobile se situe à l'origine dans la sphère de l'oralité. En effet, son étymologie tout comme sa généalogie technique l'ancrent dans la sphère de la transmission d'informations sonores. Sa parenté en termes de fonctionnement avec les *talkies-walkies* et les radiotéléphones de voiture renforce cette caractéristique des premiers portables. Donc on peut le définir comme « Un téléphone portable (ou téléphone mobile) est un appareil permettant de communiquer par terminal sans être relié par câble à un central téléphonique »³.

¹ le site www.coursinfo.fr, le 1-04-2020 à 9h

² EVE Michael, Deux traditions d'analyse des réseaux sociaux, ed la voisier, paris, 2002, p 183

³ RENAUD Lise, Téléphone mobile et écriture : figures de la ré-novation, ed Nec plus, paris, 2012, p 20

4. Le développement historique des NTIC

« Le télégraphe (1837) et le téléphone (1876) permettent la communication sans fil presque instantanée sur de longues distances, un progrès de taille comparé aux anciennes méthodes qui font alors appel aux chemins de fer, aux bateaux ou aux diligences. La communication basée sur le télégraphe sans fil (1895), la radiocommunication à ondes décamétriques (1926) puis la radiocommunication hertzienne – ou micro-ondes – (1946) éliminent la contrainte physique d'avoir à relier chaque point par un câble. Les micro-ondes permettent d'utiliser des canaux à large bande passante pour le transport des signaux de télévision et elles ouvrent la voie au développement des systèmes de communication satellitaire et spatiale (1957). Les années 1970 voient le développement des premiers combinés de communication portables et des technologies à la base d'Internet et du Web. Les systèmes de communication mobiles et en ligne ont progressé rapidement depuis leur introduction dans les années 1980, tant et si bien que l'accès mobile à Internet (par exemple avec les téléphones intelligents) constitue aujourd'hui la forme dominante de communication et celle qui progresse le plus vite.

Le développement des TIC au XXI^e siècle est principalement axé sur l'élargissement des fonctionnalités et des capacités des équipements et des installations utilisés pour communiquer par l'intermédiaire des réseaux téléphoniques. Au cours des années 1990 et 2000, on parle volontiers de « convergence technologique » pour décrire la manière dont les TIC sont utilisées pour relier des moyens de communication jusqu'alors séparés – comme le téléphone, la radio, la télévision, les journaux et les données informatiques – sur une plateforme unique, Internet, qui permet la diffusion de l'information sur des réseaux améliorés de haute capacité et à large bande passante.

Avec l'amélioration continue des TIC et l'élargissement d'Internet qui offre aujourd'hui une couverture quasi universelle dans la plupart des pays développés, de nouvelles applications réseau sont élaborées à partir de logiciels pour être appliquées dans des domaines qui dépassent de loin les seules industries de l'information et de la communication : dans le secteur des banques, de la vente au détail et des services, dans l'industrie, l'agriculture, l'éducation et les services médicaux, dans les services gouvernementaux allant de la délivrance des permis aux services fiscaux. La capacité accrue de rassembler des volumes énormes de renseignements détaillés (méta données) et la mise en place de réseaux d'appareils connectés (par Internet) ont permis la création de nouvelles applications bénéfiques telles que le suivi en temps réel de divers paramètres dans le domaine de sciences, de la santé et de l'environnement. Cette évolution s'est cependant accompagnée d'une importante érosion de la protection de données confidentielles en permettant aux gouvernements, aux entreprises et à certains pirates informatiques suffisamment « talentueux » d'espionner des personnes et organisations »¹.

¹ GROLLEAU Gilles et BENABID Sandoss, les NTIC : un instrument potentiel au service de l'économie social, ed l'harmattan , paris , 2003, p 139 , 140.

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

1. L'information dans l'entreprise

« Si elle apparaît dans le succès d'une entreprise, c'est sa capacité à prendre les décisions appropriées, le secret et la clé.

En cela est le flux d'informations appropriées et crédibles au bon moment, il était donc de Il est nécessaire d'augmenter l'efficacité et l'efficience des systèmes d'information en tant que plan le plus important pour développer la performance de chaque entreprise et maximiser sa capacité compétitivité pour atteindre ses objectifs à la lumière de la mondialisation et de la révolution technologique dans lesquelles nous vivons aujourd'hui ».

« En général, les informations sont l'ensemble complexe de fonctions vitales grâce à de nombreux moyens . L'information est considérée comme la pierre angulaire de la pris de décision et de la coordination, ainsi que de L'organisation.

"Le système est l'ensemble des éléments physiques et moraux qui sont liés entre eux et qui constituent une structure organisée. Il vise à effectuer un travail spécifique ou un ensemble de fonctions ", et la tâche de traitement des données a été approuvée. Il a été choisi comme information, mis à jour et récupéré pendant longtemps sur les méthodes manuelles, mais il a été montré Sa brièveté face à la mondialisation et sa surestimation, qui ont nécessité la réadaptation de la structure de l'organisation et la nécessité de s'appuyer sur la technologie de l'information moderne, comme un outil pour représenter l'aspect technologique du système d'information comme l'a dit Tai »¹

¹KLEIN Tristan, RATIER Daniel, rapport sur l'impact des tic sur les condition de travail, France, 2012, p 44.

2. Les sources d'informations¹

-*Les sources internes* : regroupent tous les documents disponibles au sein même de l'organisation. Tous les membres de l'organisation et tous les services peuvent être source d'informations. Ainsi au lycée, l'élève a différentes sources d'informations suivant l'information recherchée (les professeurs, l'administration, la vie scolaire, le CIO -centre d'information et d'orientation-, le CDI -centre de documentation et d'information-).

- *Les sources externes* : sont tous les documents disponibles en dehors de l'organisation. Elles sont extrêmement nombreuses et de toutes sortes. Exemple : l'Insee (Institut national de la statistique et des études économiques), les catalogues des concurrents, une enquête...

-*Les sources primaires* : lorsque l'information est inédite et unique exemple : une enquête réalisée par l'organisation sur les besoins consommateurs.

-*Les sources secondaires* : lorsque l'information existe et est directement exploitable. On trouve ces informations en quantité, elles sont faciles d'accès ; elles permettent d'obtenir des informations générales. Les sources de ce type d'informations sont très nombreuses (Internet, magazines spécialisés...).

-Les types de source d'information :

Economique : statistique sur la consommation, les revenus, les différents flux économique et financiers.

Commercial : toute information au sujet des concurrents, des partenaires, l'état du marché.

Juridique : lois régissant l'activité, autorisations administratives, interdiction.

Technique : nouveautés technologique, information sur l'évolution de la recherche et développement.

Comptable et financier : documents comptables, rapport financier, cours de bourse.

¹Le lien, [http:// maxicours.com](http://maxicours.com) le 1-04-2020 à 13h

3. La diffusion de l'information

« Pour être exploitée, l'information doit parvenir dans les meilleurs délais à son destinataire. Les moyens de diffusion de l'information sont multiples : support papier, forme orale et de plus en plus souvent, utilisation de supports numériques qui garantissent une vitesse de transmission optimale et la possibilité de toucher un maximum d'interlocuteurs. Ceci est d'autant plus vrai à l'heure d'Internet et de l'interconnexion des systèmes d'information »¹.

4. La qualité de l'information²

✓ L'universalité

Nos sociétés sont de plus en plus marquées par **deux tendances contradictoires**.

« D'une part, nous sommes submergés d'informations hétérogènes provenant des quatre coins de la planète, dans des flux où l'accessoire et l'anecdotique côtoient l'essentiel et le fondamental. Souvent, les informations présentées comme universelles ne sont en réalité que représentatives d'une certaine sphère médiatique. On peut parler de valeurs universelles, mais peut-on évoquer des informations universelles quant à leur objet ? On sait que les individus sont d'abord intéressés par les informations locales, celles qui touchent à leur environnement quotidien familial. Google l'a bien compris, qui a développé un service Google Local, privilégiant les informations commerciales de proximité. Quelles valeurs universelles peuvent être attachées à l'information documentaire ? Quelles valeurs s'appliquent à tout et à tous ?

D'autre part, la tendance actuelle est à la personnalisation de l'information. Destinée à lutter contre la surabondance de l'information, cette tendance n'est pas sans poser question : ne s'achemine-t-on pas plutôt vers une particularisation de l'information ? Est-elle souhaitable ou peut-elle entraîner des effets pervers ».

✓ Des informations vraies

« Les scientifiques savent que toute vérité est relative à l'état des connaissances à un moment donné. Les connaissances évoluent et seule la rigueur méthodologique garantit une certaine validité de l'information diffusée. Plutôt que de vérité, il convient de parler d'exactitude et de sincérité : l'exactitude d'une conformité avec le réel et des méthodes employées pour arriver à une conclusion ; la sincérité de l'expression qui dit clairement d'où elle parle et pourquoi elle le fait ».

✓ Des informations sûres

« La confiance a été et reste un élément déterminant de la diffusion de l'information : selon la source et la confiance que l'on a en elle, le jugement de valeur que l'on portera sur l'information sera différent. La confiance n'est pas seulement un sentiment individuel ou subjectif, c'est un processus élaboré socialement pour réduire la complexité du traitement de la masse informationnelle. Nos sociétés ont mis en place un système de délégation de confiance : des personnes ou des organismes sont promus référents pour assurer une certaine sûreté aux informations diffusées. Les bibliothèques et les musées sont les premiers référents dans le domaine culturel. Le professionnel de l'information fait partie de ces référents, en raison de ses connaissances et des règles déontologiques qu'il applique dans sa fonction : le traitement documentaire qu'il effectue ajoute de la valeur aux documents. La fiabilité de la source, sa capacité à fournir des informations qualifiées et non déformées sont des éléments de cette sûreté. Lorsque l'information est désintermédiée, c'est à l'utilisateur d'apprécier la sûreté de l'information ».

✓ Des informations complètes

« La complétude est un critère essentiel pour qui veut bien s'informer. Il ne s'agit pas de compiler ni d'entasser. Cela impose une hiérarchisation des éléments d'information, de manière à ce que l'essentiel apparaisse au détriment de l'anecdotique. Ne pas omettre des éléments essentiels est important pour la décision et l'action. Dans le monde numérique où la masse de ressources ne cesse de croître, comment définir la complétude ».

¹ MAHARRA Amina, la mise en place d'un système d'information formalisé dans les entreprises algériennes, thèse de doctorat à l'université de Tlemcen, 2013-2014, p 20.pdf le 1-04-2020 à 15h

² SIMONNOT Brigitte, Evaluer l'information, ed A.D.B.S., paris, 2007, p 210.

➤ La section 3 : La communication organisationnelle dans l'entreprise

1. communication organisationnelle :

« De nombreuses définitions du concept de communication ont émergé qui ne peuvent pas être limitées par les chercheurs et les spécialistes des sciences de l'information et de la communication au fil du temps, dont la plupart reflètent son importance et son rôle dans la vie humaine ou les éléments de base du processus de communication.

Al-Tounoubi le définit comme "un phénomène social qui se produit souvent entre deux parties pour atteindre un ou plusieurs objectifs de manière personnelle ou non personnelle et dans des directions opposées, d'une manière qui permet une compréhension mutuelle entre elles, et cela se fait par le biais d'un processus de communication".

La communication est: "Un processus continu qui implique que l'une des parties convertisse certaines idées et informations en un message oral ou écrit, qui est transmis par le biais de son flux de communication à l'autre partie »¹.

1.1. La communication selon le Taylorisme :

« Pour Taylor, l'univers de l'organisation est divisé en exécutants et en concepteurs. Les compétences requises des exécutants sont très réduites, elles sont surtout axées sur leur capacité à obéir. Les conceptions sont organisées en des unités homogènes selon les spécialités et les fonctions. On constate d'après cela que la légitimité du pouvoir des concepteurs qui sont situés en haut de l'échelle résulte de leur connaissance de travail mieux que ceux des exécutants. Entre les deux pôles, exécutants et concepteurs, la communication se réduit aux documents d'information, écrits par les seuls concepteurs ou dirigeants». ²

1.2. La communication selon l'école des relations humaines³ :

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

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

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

¹FARAJ Shaban , Communications administratives, 1^{ère} ed Al-osama,2008, p 6

²DETRIE Philippe et BOYER Catherine, la communication interne au service de management ,2 édition liaisons, 2001, p 42.

³NGUYEN – THANH Fannelly, la communication une stratégie au service de l'entreprise, édition, economica, paris, 1991, p 17.

2. Le développement de la communication au sein d'entreprise :

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

« La communication organisationnelle en tant que champ d'étude en sciences sociales est ancrée dans l'histoire du management. Aux États-Unis, on insiste sur le caractère inaugural des travaux du prix Nobel Herbert Simon qui, en 1947, attira l'attention, dans *Administrative Behavior*, sur les systèmes de communication des organisations, notant que la communication est « absolument essentielle aux organisations ».

Mais déjà dans *Administration industrielle et générale*, le français Henri Fayol insistait en 1916 sur la nécessité d'organiser à l'intérieur des entreprises une circulation d'informations à double sens entre les dirigeants et les exécutants. En clôture du Congrès international des mines et de la métallurgie, le 23 juin 1900, il développe une image organique des communications dans l'entreprise : « en général, cependant, le renseignement, l'information qui vient d'un agent en contact avec le monde extérieur ou avec un autre agent de l'entreprise, va jusqu'à la direction qui examine, décide et donne un ordre, lequel, par un chemin inverse, arrive aux agents d'exécution. Tel est le fonctionnement du service administratif ; tous les agents y participent plus ou moins »¹.

« Il est à noter qu'Henri Fayol a été explicitement reconnu à l'international comme un des penseurs inaugurant puis influençant de façon centrale les efforts de connaissance et de conduite des phénomènes de business administration", spécialement dans les Business Schools américaines »²

¹ DETERIE Philippe et BROYER Catherine , la communication interne au service de management ,2 , édition liaisons, paris ,2001,p40.

² Ibid, p 41.

3. Les moyens de la communication organisationnelle :

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

3.1. Les moyens oraux¹

Les journées portes ouvertes : On peut leur donner une vocation externe ou interne. Dans le dernier cas, ces journées sont décidées par la Direction Générale ou la Direction communication (ou une structure équivalente). Elles visent à faire découvrir l'entreprise dans sa globalité à chaque salarié, tout en facilitant des rencontres et des échanges. Peu coûteuses elles sont très efficaces et bénéfiques pour le climat interne.

Les réunions : dans le cadre de la communication descendante, les réunions sont formelles et visent à diffuser une information collective. Il en est une qui revêt une importance particulière, c'est la convention annuelle. Son but est de faire le bilan de l'exercice passé, d'annoncer les perspectives et objectifs et d'apporter une convivialité aux relations interpersonnelles.

Le discours du Directeur Général : le personnel souhaite reconnaître un chef. Le discours du président répond notamment au besoin de reconnaissance du personnel par le chef ou la hiérarchie supérieure. Il peut être diffusé par écrit ou enregistré en vidéo. Cette dernière option de diffusion, en exploitant le pouvoir de fascination qu'exerce l'image télévisuel, est d'une grande portée.

Présence: visites spontanées ou planifiées sur le terrain, présences à différents événements internes ou externes

¹Exposé de AQASBI Lotfi et KIBOU Jawad, la communication organisationnelle, l'université sidi mohamed ben abdellah, Maroc, 2010-2011, p 5 pdf le 2-03-2020 à 18h

3.2. Les moyens Technologiques²

Le Courier électronique : Il sert à envoyer (et recevoir) toute sorte de documents : du courrier professionnel, de la correspondance personnelle, des notes de service, des graphiques, dessins, photos, courrier publicitaire... mais elle permet également de s'abonner à des revues électroniques. La messagerie électronique sert enfin à participer à des groupes de discussion ou forums, professionnels ou non, sure des thèmes très variées(économique) l'email est de loin l'application la plus utilisée sur internet.

Les blogs : peuvent être créés sur le réseau interne de l'entreprise avec des logiciels serveurs. Chez Disney et à la BBC, ce sont des collaborateurs de l'entreprise qui ont eu l'idée de lancer leurs blogs interne d'eux-mêmes. Ils ont commencé à y écrire les projets sur lesquels ils travaillaient, leurs comptes rendus de réunions et les besoins qu'ils avaient. Ils créent une transparence sans précédent dans l'entreprise et sont beaucoup plus vivants que les sites Intranet classiques par leur faciliter de publication et de consultation.

Internet : C'est un espace créé par l'entreprise pour informer et initier une relation qui est le point de départ, le cœur du système. Quel que soit le domaine d'activité de l'entreprise concernée, ce site est le premier d'un système à palier qui repose sur la notion virtuelle (thématique, sociologique, professionnelle, culturelle...). Il s'agit de fédérer des internautes dans la durée avec un site permanent, ou de manière précaire autour d'un événement. L'entreprise se constitue ainsi un fichier de clientèle ciblé, qu'elle va pouvoir suivre - et satisfaire - individuellement. Le site permet ainsi une communication relationnelle ou « one to one » : en échange d'information qu'elle met à la disposition des internautes, l'entreprise se constitue des bases de données fines, précises, mises à jour en permanence.

²QASBI Lotfi opcit, p 06

3.3. Les moyens écrits³

Le Livret d'accueil : il s'agit sans doute du premier outil de cette rubrique en termes d'utilité et de nécessité. Un livret d'accueil exhaustif contient les informations suivantes : -

Le rappel de la politique Général d'emploi ;

-La présentation de Direction des Ressources Humaines ;

-Informations liées à l'emploi

- Informations concernant les rémunérations - Informations concernant les avantages sociaux.

-Informations concernant la politique de formation

- Quelques informations utiles : fraîches de déplacement, participation aux frais de transport, avances sur salaires, changement de situation personnelle, informations pratiques sur la sécurité

La plaquette institutionnelle : elle est destinée à la fois à l'externe et à l'interne. Lorsque l'entreprise ne dispose pas d'un livret d'accueil, la plaquette peut servir de palliatif. Cependant, les informations qu'elle comporte sont loin d'être aussi nombreuses et pratiques que celles du livret. On y trouve principalement : historique, organisation, réalisations, dirigeants, esprit ou éthique de l'entreprise, implantation régionale.

Le journal d'entreprise : il constitue le lien entre les membres du personnel et crée et renforce le sentiment d'appartenance à l'entreprise. Le journal interne reflète la vie de l'entreprise (activités économiques et sociales, nouvelles des clients, des fournisseurs, résultats obtenus, etc.). le journal d'entreprise bien qu'il soit un outil de la communication descendante par excellence, néanmoins un journal idéal est celui qui deviendra à plus ou moins brève échéance interactif en offrant au personnel la possibilité de s'exprimer dans ses colonnes.

Les Bulletins d'information, Lettres, notes et circulaires : Pour les bulletins, ils peuvent émaner de plusieurs sources, et être destinés uniquement à l'interne. Ils ont des périodicités variables et un caractère d'actualité. Ils sont de réalisation simple et peu coûteuse et comportent rarement plus de quatre pages. S'il y plusieurs bulletins, il faut veiller à ce qu'ils soient en bonne cohérence. Concernant les lettres, notes et circulaires, ce sont des documents d'opportunité à utiliser cas par cas selon les besoins.

Le panneau d'affichage : Etant obligatoire, ce type doit accueillir les informations de la Direction des ressources humaines, des délégués syndicaux et du comité d'entreprise. On y trouvera donc une majorité d'informations règlementaires, de notes et de circulaires.

³QASBI Lotfi opcit p 07, 08

4. Les modèles de la communication organisationnelle¹

-Communications officielles: il s'agit de communications qui ont lieu par le biais de lignes d'autorité officielles et sont approuvées conformément à des règlements et décisions écrits, et peuvent être internes ou externes.

-Communications internes: c'est-à-dire le flux de données et d'informations résultant des interactions entre les services et les activités de l'institution, et c'est en trois types, auxquels s'ajoute un autre nouveau type, comme suit:

1-Vers le bas: la direction est cette communication descendante, qui implique des règles, des sujets, des instructions et une direction.

2-Communications ascendantes: la direction de cette communication est de bas en haut, c'est-à-dire des subordonnés aux chefs ou d'un niveau administratif inférieur à un niveau administratif supérieur dans la structure organisationnelle comme les plaintes.

3-Communications horizontales: désignent celles qui ont lieu entre des employés du même niveau administratif afin de coordonner leurs efforts.

4-Communication qatari (ramassage): elle se fait entre deux personnes de deux niveaux organisationnels différents et n'a pas de relation majeure avec un subordonné. Ces communications sont destinées à dépasser certains niveaux organisationnels dans le but de raccourcir le temps et les efforts. Ce type de communication doit être dans des cas très limités et clairs car la fréquence Dépasser un certain niveau organisationnel indiquera inévitablement des frictions et des conflits entre les travailleurs

-Communications externes: Il s'agit d'un flux de données et d'informations résultant d'interactions entre l'organisation et son environnement externe,

¹AL-QUVRAI Rahman, impact des TIC sur la gestion des ressources humains, thèse de magister, collège d'économie de gestion et des sciences commercial, l'université de Msila, 2011-2012,p 34 pdf le 3-03-2020. à 8h

5. Les objectifs de la communication organisationnelle¹

En examinant la littérature relatifs aux domaines de la communication les entreprises, il apparait que les motifs à ma base d'une initiation des actions de communication interne sont multiples. En effet, dans une organisation donnée, optent observer une variété d'échange entre les différent acteurs, ainsi on communiquer pour agir(ordre et réagir, pour informer et s'informer, pour former, pour convaincre, pour restaurer la confiance, ou pour le simple plaisir d'échange avec autrui, ainsi, on peut regrouper les missions de la communication interne selon les axe suivant :

1. Informer et expliquer :

Tout un manquant entre communication et information la communication interne à un rôle à joue sur la vision, les enjeux stratégique de l'organisation les actions de travail, les systèmes de rémunération et dévaluation utilise information accompagnée d'explication nécessaire, consiste une réponse au besoin du personnel en terme d'information pertinents et utiles pour se positionnes d'abord dans le système et donner un sens à ses actions tout en sachant qui ses effets convergent vers l'objectif générale de ce système.

2. Motiver et fédérer :

S'il l'on s'intéresse à l'aspect individuel de la motivation, toute personne souhaite être prise en considération sur le plan psychologique et professionnel. C'est cette logique que réside le défi à relever par la communication interne qui de doit de favoriser le dialogue en permettant à chacun de s'exprimer, modifie les habitudes et lutter contre la résistance au changement.

La communication organisationnelle sert aussi à :

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

3. Animer la vie organisationnelle :

E mettant en relation l'individu, le groupe et l'organisation, la communication interne crée une animation en engendrant des flux d'information et en développant l'échange au quotidien entre les différents acteurs de l'organisation ce qui permet d'éviter le phénomène de routine et de stagnation qui agissent négativement sur la productivité individuelle et collective.

¹AQASBI Lotfi et KIBOU Jawad, la communication organisationnelle, l'université sidi mohamed ben abdellah, Maroc, 2010-2011, p 7 pdf

➤ Section 1 : l'internet

1. Définition

« Le terme « Internet » fait communément référence au réseau, de couverture mondiale, qui rassemble utilisateurs et systèmes informatiques. ^{Ce} Réseau de télécommunication est composé d'un grand nombre de réseaux interconnectés, qui relie plusieurs centaines de millions d'ordinateurs entre eux sur l'ensemble de la planète. Ainsi, Internet est qualifié de « réseau des réseaux ». Il offre des services de mise en relation et de transfert de données entre des entités distantes. Il permet d'accéder à des ressources informatiques, de les partager, et de réaliser de nombreux services basés sur le transfert d'information »¹.

« Réseaux mondial associant des ressources de télécommunication et des ordinateurs, serveurs et clients, destinés à l'échange de messages électroniques, d'informations multimédias et de fichiers, il fonctionne en utilisant un Protocole commun IP »²

2. Les fonctions de l'internet au sein de l'entreprise³

1. La veille stratégique :

Surveiller son environnement est de la plus haute importance reste compétitive. Les informations disponibles sur web vont alors permettant à l'entreprise de mieux appréhender son environnement technologique, concurrentiel et commercial. Les employés connectés aux réseaux pourront ainsi :

- Recherche des informations technique ou économique à travers des bases de données : de publication, de marques....
- Recherche des informations sur les concurrents, leur offres, leur politique commerciale et tarifaire.
- Recherche des renseignements commerciaux et financière sur les clients.
- Recherche des fournisseurs .

¹GHRNAOUTI-HELIE Solange et DUTOIR Armand, Qu'est-ce qu'internet, ed Puf, paris, 2006, p 6

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

2. La gestion de projet :

L'internet est un formidable outil pour la conduite de gestion de projet grâce à la facilité et la rapidité des échanges entre les personnes qu'elles soient sur un même site ou beaucoup plus éloignées.

3. Les fonctions commerciales :

Internet permet également d'abolir les distances et d'offrir des nouvelles opportunités pour initialisé des affaires et rendre plus efficace des échanges commerciaux et facilitent :

- Le contrat avec la clientèle.
- Les liaisons avec la sous-traitance.
- Le service après-vente.
- La prospection de nouveaux clients.

4. Le recrutement :

De nombreux site se développent sur le thème de recrutement. Il ont soient très généraux soient spécifiques à des secteurs d'activités. Pour l'entreprise il devient très aisée de recruté son personnel en diffusant ses offres d'emploi sur des sites spécialisée au en consultant les données de CV.

5. La stratégie marketing :

Augmentation de la visibilité de l'entreprise, par la réalisation dans un premier temps, d'un site plaquette « servant principalement à faire connaître ses structures, ses activités et ses produits ».

- Elargissement de la zone de chalandise par la mise en place d'un catalogue en ligne ouverts sur la monde entier ou plus modestement sur la France a accessible par de nombreux utilisateur.
- Valorisation de l'image de marque de l'entreprise par une communication qui gagne en efficacité.

³<http://cerig-pagora-grenoble-inp.fr> le 2-03-2020 à 22h.

3. L'internet et la performance au sein de l'entreprise

Depuis les débuts de son émergence hors des laboratoires, l'Internet et ses outils ont été perçus comme pouvant augmenter les performances des entreprises. L'amélioration de l'efficacité a d'abord été recherchée dans la communication et dans l'interaction avec le client puis s'est développée à la fois en termes de cibles et de type de services. En effet, la mise en place de réseaux intranet et extranet a permis aux employés et partenaires de bénéficier des technologies de l'Internet pour échanger et partager des informations. D'autre part, la nature des services offerts a progressivement évolué de l'informationnel l'interaction puis au transaction.

Très tôt, les acteurs du monde économique ont comparé le bénéfice qu'ils pouvaient tirer des outils internet, au point de considérer ces technologies et application comme des potentielles des stratégies d'entreprise. La communication d'entreprise, au sens institutionnelle du terme, est la première application de l'internet pour les organisations dans sa vision la plus simple, il s'agit d'un site web sur le quel l'entreprise présente aux activités. Ses produits et services son organisation « site brochure » sert imposée dans le vocabulaire du domaine. Sa commutation parfois péjorative est liée au caractère quelque peu réducteur du site brochure, par apport à la très nombreuse possibilité d'interaction du web¹.

¹GHRNAOUTI-HELIE Solange et DUFOUR Armand, Q'est-ce qu'internet, ed PUF, paris, 2006, p 54

➤ La section 2 : Le commerce électronique

1. Définition de commerce électronique¹ :

« Le commerce électronique désigne le fait de **vendre un bien ou un service par la voix électronique**, via un réseau Internet. Il s'agit d'un modèle commercial pouvant être utilisé entre plusieurs entreprises, mais aussi entre une société et un particulier ».

« Le commerce électronique désigne simplement un processus d'achat et de vente, par l'intermédiaire d'un ordinateur ou d'un Smartphone. Si le choix de l'objet ou du service commandé se fait à distance, le paiement s'effectue lui aussi en ligne, par transaction électronique »¹

2. Caractéristiques du commerce électroniques :

Le commerce électronique s'appuie sur les outils et méthodes utilisés dans le commerce traditionnel, il prend place dans le paysage existant sans nécessairement expulser ses devanciers.

Toutefois, les caractéristiques d'Internet au fond un support qui recèle des paradoxes qui font un vecteur commercial spécifique nécessitant des adaptations des méthodes traditionnelles. Ainsi toute entreprise désireuse de se lancer dans le cyber space doit avoir conscience des particularités du commerce en ligne. Ces caractéristiques sont :

1. Rapidité

Des interactions entre entreprises et particuliers « B-to-C » ou interentreprises « B to B » sont plus rapides que jamais. La durée des échanges écrits, contrats ou autres, ne se mesure plus en jours mais en heures, voire en minutes. La possibilité de converser en temps réel permet aux entreprises de prendre connaissance des besoins et des problèmes de leurs clients.

La rapidité et l'efficacité du temps des transactions ce qui est apprécié à la fois des clients et des fournisseurs.

De plus, Internet rend le commerce plus démocratique, un effort aux plus petites entreprises la possibilité de rivaliser avec d'énormes groupes.

2. Adaptabilité

Dites en ligne peuvent être actualisés toutes les heures, par exemple si un producteur change le prix de l'un de ses articles les plus demandés, il peut simplement la valeur corrigée, les catalogues en revanche ne peuvent être récupérés pour être mis à jour après leur envoi.

En plus, les e-mails et les forums permettent de satisfaire immédiatement les préférences des consommateurs.

L'entreprise en ligne permet d'établir un compromis acceptable entre ces deux techniques de production. On l'appelle communément la personnalisation de masse. En d'autres termes, les entreprises sont à même de produire chaque article en catalogue selon les spécifications exacte du client, tout en le faisant à grande échelle. La satisfaction directe de leur goût personnel transporte le client au septième ciel.

3. Egalité

Internet offre aux petites entreprises : la démocratisation c'est –à-dire la possibilité d'être un peu plus les égaux des grands.

La facilité le moindre cout de la publicité sur le web permettant à chaque entreprise d'entrer en ligne.

4. Simplification

Historiquement, la complexité des machines a généré beaucoup de paperasserie dans les entreprises, dans la plupart de celle-ci il est extrêmement difficile d'effectuer une simple requête d'achat, la commande est prise en charge par tant de personnes aux fonctions si diverses que son traitement peut prendre des jours, voire des semaines.

Les intermédiaires – hommes ou procédures – ont longtemps fait parti des meubles dans les grandes entreprises. L'Internet modifie tout cela, les intermédiaires disparaissent du décor d'où le terme « désintermédiation ».

Je m'appelle A, et j'ai un message pour B, pourquoi passer par C, puis D, pour le transmettre ?

Cela paraît idiot, mais beaucoup d'employés ont travaillé de cette manière pendant des années. Aujourd'hui la tendance s'inverse.

5. Globalité et localité

L'accessibilité de la globalisation est une des caractéristiques essentielles du réseau. En permettant aux petites et moyennes entreprises d'atteindre le marché mondial, le Web a considérablement contribué à concrétiser cette nouvelle donnée.

En effet, l'avantage primordial du réseau et de permettre un contact direct entre le client et l'entreprise indépendamment de leur localisation géographique, les sociétés qui l'utilisent peuvent donc développer leurs activités à l'échelle planétaire de façon extrêmement efficace.

Néanmoins, opérer à l'échelle mondiale nécessite une certaine organisation et une connaissance des réglementations douanières, par contre, les vitrines commerciales créées sur le Web ne tiennent pas compte des frontières nationales ou régionales, d'où, la globalisation du commerce.

¹Document sur le lien www.memoireonline.com publié par ABU-KHADRA, Layal, commerce électronique le 17-05-2010, consulté le 4-04-2020 à 17h.

3. Les objectifs de commerce électronique²

1. Diminuer le Coût d'Acquisition Client

Il arrive parfois de ne pas être assez rentable sur un canal d'acquisition client particulier. Vous vous rendez en fait compte que vous payez bien trop cher certains clients par rapport au marché en général. Il vous faut alors trouver une solution car votre rentabilité est en jeu.

Vous pouvez d'ores et déjà penser à **fidéliser les clients que vous avez déjà acquis**. En effet, fidéliser coûte bien moins cher que de prospector. Gardez-le en tête.

Vous pouvez ensuite choisir de ne plus utiliser tel canal d'acquisition client et en tester de nouveaux afin de voir si certains ne sont pas plus performants dans votre domaine d'activité.

2. Augmenter le panier moyen de l'entreprise

3. Améliorer le taux de conversion avec la clientèle

4. Améliorer la compétitivité des entreprises tunisiennes

5. Favoriser et permettre l'accès à de nouveaux marchés

6. S'insérer dans les circuits de distribution à l'étranger

7. Maximiser les marges commerciales par la réduction des intermédiaires

8. Promouvoir de nouveaux services et produits à l'export

9. Créer de nouvelles filières pour l'emploi des diplômés

²RALLET Alain, Commerce électronique ou électronisation du commerce, ed la voisier, paris, 2001, p 18

➤ **La section 1 : Le rôle des NTIC dans l'entreprise**

1. Comment peut-on réussir les NTIC dans l'entreprise¹

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

a) Avant de s'aventurer dans de telle technologie, il est prudent de créer des groupes de travail pour observer des concurrents et le marché et pour réfléchir sur le potentiel usage qu'il peut en être fait.

b) La création des projets pilotes permet de mettre en place des équipes techniques compétentes pour mesurer l'impact sur l'organisation, puis valider les choix avant la généralisation de la nouvelle technologie à l'ensemble de la firme. Avec cette méthode pragmatique on diminue le risque d'échec et de rejet.

c) En outre, pour que la greffe réussisse, il est souvent préférable que les nouvelles pratiques viennent cohabiter voir hybrider les anciennes et s'appuyer sur elles. Cela veut dire une fois on implante Internet.

Par exemple:

La substitution de communications électroniques aux anciennes doit s'opérer par étape. Ainsi, on commence par mettre en ligne de services publics simples et incontournables comme le répertoire téléphonique ou la messagerie, et les doublant en premier temps par les supports classiques papiers qui disparaîtront progressivement. Une forte progression des TIC en Algérie les 02 prochaines années.

Les niveaux hiérarchiques indiqués ici sont les cadres intermédiaires. Mais, d'après les études auprès des entreprises, la situation est paradoxale :

- d'une part, les possibilités accrues de communication et d'accès à l'information, grâce aux TIC, à tous les niveaux hiérarchiques auront comme conséquence directe d'éliminer les cadres intermédiaires et l'aplatissement de l'organigramme.

- d'autre part, l'usage des TIC n'a pas eu d'impact sur la structure de l'organisation du fait qu'il n'y a pas de réduction du nombre hiérarchique.

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

e) L'autre point qui peut garantir la réussite de cette implantation concerne l'implication des dirigeants, le top exécutif surtout lorsqu'il s'agit de mesurer les changements d'organisation et l'évolution des compétences liées aux nouvelles technologies.

La collaboration entre les différents services de l'entreprise qui n'ont ni les mêmes priorités ni forcément l'habitude de travailler ensemble, est primordiale pour l'amorcer un travail d'équipe et un échange transversal des informations.

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

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

¹BOUHENNA Ali, les enjeux des NTIC dans l'entreprise, l'université de Tlemcen, p 8 .

2. L'investissement dans l'entreprise¹

Les technologies de l'information et de la communication (TIC par la suite) sont devenues au cours des trente dernières années un facteur très important de la croissance économique des économies développées. Une bonne connaissance de la diffusion de ces technologies, et pour cela la mesure de l'investissement et du capital en matériels et en logiciels dans lesquels elles sont incorporées (par la suite investissement et capital en TIC) est devenu un préalable nécessaire aux études sur la productivité et la croissance. Du fait cependant de l'évolution très rapide des TIC et des progrès considérables des performances des matériels et logiciels, la plupart des problèmes traditionnels de mesure des volumes de l'investissement et du capital se rencontrent en ce qui les concernent de façon particulièrement vive.

Les dépenses en matériels informatiques et en matériels de communication des entreprises ont toujours été traitées comme des dépenses d'investissement par les comptes nationaux (1). Il n'en va pas de même pour les dépenses en logiciels, considérées encore récemment comme des consommations intermédiaires. Celles-ci ne sont comptabilisées en France comme investissement que depuis l'adoption de la nouvelle base de la Comptabilité nationale (1995), et depuis 1999 aux États-Unis. Tous les pays ont été amenés à se conformer progressivement à cette comptabilisation des dépenses en logiciels comme investissement, suivant en cela les recommandations internationales (2). Ce changement comptable a eu des implications considérables sur la mesure de certaines grandeurs macroéconomiques : aux États-Unis, par exemple, il a conduit à modifier à la hausse le niveau du PIB d'environ 1,5 %, et son taux de croissance d'environ 0,1 point à 0,2 point par an. Sur les périodes anciennes, les informations statistiques disponibles sur les dépenses en produits des TIC sont assez lacunaires et incertaines. Mais notre connaissance reste encore très imparfaite sur la période récente, pour trois raisons principales. Tout d'abord, les frontières entre les dépenses réalisées en chacun des trois produits des TIC peuvent être imprécises de par la nature même de ces produits. L'exemple des logiciels illustre bien cette imprécision : ceux qui sont intégrés aux matériels informatiques ne sont pas séparés de ces derniers dans la comptabilité des entreprises, une telle séparation étant difficilement praticable.

¹MAIRESSE Jacques et KOCOGLU Yussuf, la mesure de l'investissement en TIC, ed puf, paris, 2001, p 73

3. Le rôle des NTIC sur l'organisation de travail¹

Actuellement les anciennes méthodes de managements vivent encore, mais cohabitent avec de nouveaux modes de management basés essentiellement sur la réactivité et la flexibilité de l'organisation.

Cette flexibilité dans l'organisation face à un environnement en perpétuelle mutation et imprévisible, nécessite une gestion plus poussée de ces processus et oblige de travailler en équipe.

Les NTIC, ainsi optimisent la façon de travailler avec un redéploiement des ressources vers des tâches à plus grande valeur. En libérant ces ressources et Moyens, l'entreprise doit aussi savoir les préserver en adoptant bien sur la méthode de gestion des connaissances (knowledge management, KM) indispensable à la réussite d'un changement organisationnel.

Les changements que peuvent apporter ces nouvelles technologies au sein de la firme ne sont pas automatiques, car elles ne représentent en fin de compte qu'un potentiel. Tout dépend en fait de la stratégie de l'entreprise dans l'usage qu'elle fait de l'état des rapports sociaux de travail entre direction, salariés et leurs représentants syndicaux.

Les changements ainsi observés dans le mode de travail et son organisation peuvent varier d'une entreprise à une autre suivant les modes d'appropriation des NTIC d'une part par les salariés et d'autre part par les dirigeants.

Dans ce processus de changement de mode de travail, on remarque :

- Une évolution vers plus d'autonomie des salariés associée à une information partagée.
- La formation des travailleurs se consulte grâce aux nouveaux canaux de communication (intranet, Internet, visioconférence...), elle ne se transmet plus de haut en bas en suivant un chemin long et plein de contraintes bureaucratiques.
- Chaque travailleur devient un centre de décision au plus proche problème à résoudre ce qui donne plus de réactivité à l'entreprise.
- La généralisation du travail en groupe doit beaucoup au développement des NTIC. Les réseaux élargis comme Intranet, (dispositif d'assistance aux réunions distantes), messagerie, ou workflow , permettent de dépasser les barrières du temps et des distances dans la composition d'un groupe réel ou virtuel mais polyvalent et prêt à répondre à toutes les demandes, ce qui donne une grande créativité à l'entreprise.

¹BOUHENNA Ali, les enjeux des NTIC dans l'entreprise, l'université de Tlemcen, 2003, p 6

4. Le rôle des NTIC sur le changement organisationnel²

La mondialisation de l'économie et les exigences d'une concurrence effrénée et l'évolution de la technologie de l'information et de la communication ont amené les entreprises à souhaiter établir des nouvelles structures susceptibles de répondre aussi bien que possible aux grands défis venant d'environnement. Ce a partir les structures suivant :

1. Les structures en équipe

Les équipes sont les piliers des nouvelles structures organisationnelles, qui privilégient la disposition horizontale. Les structures en équipe reposent sur les équipes inter fonctionnelles, permanentes, et temporaires, ce qui à pour effet d'amélioration les relations latérales. Elles offrent divers avantages, l'amélioration de la communication entre les services, disparition des barrières entre les diverses unités fonctionnelles, l'accélération de la prise de décision et en améliorer la qualité.

Les NTIC deviennent un outil de management des équipes, elles ont un impact sur les structures en équipe, car elles favorisent la création d'équipe de travail et permettent ainsi le rapprochement des compétences et des connaissances.

2. Les structures en réseau

Un réseau est un ensemble d'entités travaillant en coopération dans un but commun, qui confient leur leadership à une unité du réseau. L'intérêt du réseau est que sa structure décentralisée et sa ligne hiérarchique relativement plate sont des facteurs de flexibilité et de motivation. Le réseau d'entreprise peut être définir de la façon suivante : "un réseau est constitué de deux firmes ou plus liées par des relations d'échanges suffisamment forte pour créer une sorte de sous marchés global ou se confrontent l'offre et la demande"

3. Les effets multiplicateurs

Les outputs du secteur des NTIC sont acquis par les entreprises comme des biens d'investissements et/ou comme des biens de consommation intermédiaire mais également comme des biens de consommation finale par les ménages. La forte croissance des équipements de la part des entreprises et des consommateurs en biens dérivés des NTIC s'est traduite par une augmentation de la croissance économique globale.

4. L'effet déflateur

Le second effet concerne l'impact de la baisse des prix propre aux NTIC en général, et des prix des ordinateurs en particulier, sur le reste de l'économie. En effet, la baisse continue des prix dans le secteur des NTIC, la baisse des prix des microprocesseurs est la plus importante, elle a conduit les entreprises à accroître considérablement leur investissement dans ce domaine. Ces baisses de prix de composants se répercutent sur l'accroissement des capacités de production. La baisse continue des prix dans le secteur des NTIC est allée de pair avec l'accroissement considérable de l'investissement des entreprises en NTIC.

²LEKHAL Amel, TIC et changement organisationnel, université Djilali Bouama, 2016, P 24-25 pdf le 4-04-2020 à 9h

5. Le rôle des NTIC sur les conditions de travail³

La question est délicate car les utilisateurs et les entreprises qui ont fait l'objet de l'étude ont pour la plupart peu de recul sur l'impact des technologies (TIC) sur les conditions de travail.

A) Charge de travail :

Plusieurs personnes rencontrées évoquent une accélération des rythmes depuis que ces nouveaux outils NTIC sont utilisés. Quand il s'agit d'organiser des réunions, chercher des informations, des outils tels que la messagerie et les plannings partagés permettent de réduire les délais, il reste difficile à dire si cette amélioration de l'efficacité se traduit par une intensification du travail. Par ailleurs, l'évolution ou le renouvellement rapide des outils représente un coût d'appropriation souvent évoqué par les utilisateurs, même dans des entreprises à fort niveau technologique. Le raccourcissement de la durée de vie des outils accroît le problème, quand les utilisateurs commencent à maîtriser les fonctionnalités des outils, ces derniers sont renouvelés, quelquefois remplacés par des outils aux fonctionnalités proches, mais qu'il faut toutefois apprendre à maîtriser.

B) Charge mentale :

Dans certains cas, les logiques dans lesquelles sont déployés les outils TIC entraînent un accroissement de la charge mentale des utilisateurs. Les promoteurs des TIC souhaitent que les utilisateurs s'appuient sur les informations accessibles via les outils TIC pour réaliser leur travail, ils comptent sur développement de compétences de recherche d'information avec les outils TIC.

Cependant, les utilisateurs expliquent l'impossibilité de s'appuyer de façon suffisamment interactive sur les outils. Pour répondre en direct à un client, par exemple, il leur faut maîtriser le sujet, d'où une multiplication des informations à maîtriser pour cette population, une multiplication des informations techniques à maîtriser pour accéder à l'information. Par ailleurs, trouver l'information présuppose d'avoir des repères.

C) Charge psychique (sens du travail) :

Parallèlement, dans un tel contexte, le développement des TIC peut créer un malaise lié à une perte de sens ou un changement du sens du travail.

Par exemple, quand les utilisateurs constatent que la multiplication des outils NTIC et le type d'usage qui en est fait se traduit par un accroissement de la part administrative du travail et du temps consacré à la gestion de l'information, c'est le cas pour des technico-commerciaux dans une des entreprises qui considèrent que leur travail "est d'être en contact avec le client et non de gérer les demandes d'achats de façon administrative comme l'impose un workflow, récemment mis en place. Finalement, la perception que les acteurs ont des TIC ne peut être dissociée du sens, souvent implicite, vers lequel évolue leur travail.

D) Risques d'exclusion :

Dés lors que les modalités d'apprentissages des outils TIC sont peu prises en compte, des risques d'exclusion existent. Des outils TIC apparaissent dans certaines entreprises alors même que la maîtrise de l'outil informatique lui même n'est pas un acquis pour tous (il existe des différences importantes entre les salariés concernant la maîtrise des logiciels bureautique comme Excel).

³LEKHAL Amel opcit, p 28-29.

6. Le rôle des NTIC sur les ressources humaines¹

« De plus en plus l'organisation utilise les TIC comme outil des ressources humaines dans l'entreprise, ainsi, PROCTER et GAMBLE ont lancé, en 2003 un site Web pédagogique dont l'objectif est d'initier les nouveaux salariés à ses rites et à son jargon, il s'agit ici de faire adhérer les arrivants à la culture d'entreprise et de permettre une intégration rapide et efficace au groupe.

On voit aussi apparaître les blogs dans le paysage des organisations, à l'origine, le blog est un journal intime diffusé sur le net, il se compose généralement de petits articles relatant la vie intime d'une personne, ses voyages, ses lectures, ses opinions sur un sujet donné...etc.

En interne, on trouve les blogs d'information qui permettent d'informer le personnel sur la vie de l'entreprise et son environnement, les blogs de discussion et les blogs collaboratifs pour faciliter la communication et les échanges entre collaborateurs (d'un même projet ou d'un même service).

En externe, on trouve les « blogs CV » sont de plus en plus répandus, ils permettent aux candidats à l'embauche de donner l'avantage de renseignements que ceux impliqués dans un curriculum vitae classique.

On peut aussi utiliser les TIC, et plus précisément l'intranet, pour favoriser le recrutement interne (passer l'annonce d'un poste vacant sur l'intranet) et pour favoriser le développement des connaissances pédagogiques de tous les collaborateurs sur le métier principal de l'entreprise.

Les TIC ont aussi permis le développement de logiciels de gestion des ressources humaines et de gestion des plannings dans les entreprises. Ils deviennent donc supports facilitateurs pour la fonction ressource humaine en permettant de gérer les plannings des congés des salariés, les remplacements et la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences existantes au sein de l'entreprise et de protéger la capitale connaissance. Ils favorisent donc le développement de la culture d'entreprise et le sentiment d'appartenance à un groupe de travail ».

¹LEKHAL Amel opcit, p 29-30.

« Le principal enjeu à l'utilisation des TIC est généralement la mise en place d'une organisation du travail plus coopérative. En effet, il est aujourd'hui possible de maîtriser la circulation de l'information. On peut ainsi la rendre plus accessible à tout acteur de l'organisation afin de simplifier le processus de décision. De même, l'informatique permet un gain de productivité en automatisant les fonctions répétitives. Cela permet une amélioration du service ressources humaines avec de meilleures possibilités d'anticipation.

1-L'émergence de la compétence collective (knowledge management²):

Dans la gestion des ressources humaines, les TIC sont utilisées dans les opérations de sélection, vérification, d'embauche, de la gestion des carrières. Il en est de même pour la planification des activités. Les nouvelles technologies peuvent être utilisées non seulement pour créer des bases de données et compiler des statistiques mais aussi pour la planification et le contrôle des ressources humaines.

Les DRH sont actuellement en possession des outils pour vérifier la fiabilité de l'information, des données mais aussi pour contrôler et évaluer la performance du personnel.

Le travail en réseau a également facilité le partage et la diffusion des données ressources humaines. Grâce aux TIC, l'information est décentralisée et son accès à la portée de tous.

Les salariés de telle organisation doivent avoir un esprit de partage, car cela va favoriser l'émergence d'une compétence collective qui aura un impact sur l'organisation du travail (partage des connaissances favorisent la polyvalence, la stratégie d'alliances, mais aussi le renforcement des comportements professionnels). L'existence de telle compétence collective favorise aussi la complémentarité et l'indépendance. Dans les grandes entreprises le développement des compétences collectives est stratégique.

D'après K Laudon et J Laudon les technologies de l'information sont : « les composants de nature technique que les entreprises achètent, développent ou combinent pour constituer l'infrastructure technologique qui permettra à leur système d'information de fonctionner. Sur le plan de l'étude de l'informatisation des entreprises, la notion de SI est donc englobante vis-à-vis de celle des technologies de l'information »

2- Une circulation de l'information accélérée :

Les TIC transforment la plupart des entreprises en réseau. Les salariés travaillent dans une logique de coopération, les uns avec les autres via un réseau informatique. Ceci va avoir deux effets :

- Certaines personnes occupant des bureaux voisins vont communiquer via le réseau comme si elles étaient éloignées.
- D'autres travaillent dans des sites éloignés vont se trouver rapprochées grâce d'une communication rapide.

Autre effets à souligner, les TIC relient de façon transverse tous les salariés d'une entreprise et éliminent les barrières entre direction et ses divisions. Elles constituent un puissant vecteur de communication au sein de l'entreprise. Les salariés peuvent avoir accès aux informations en temps réel dont ils ont besoin.

L'un des impacts le plus visible est sans aucun doute le fait que l'information longtemps a été monopolisée par certains départements, se trouve aujourd'hui diffusée à travers toute l'entreprise (la transparence de l'information). L'effet de réseau permet à l'entreprise de s'ouvrir à l'extérieur, c'est la notion d'entreprise étendue.

3-Le nouveau rôle de la hiérarchie :

Les nouvelles technologies de l'information bouleversent l'organisation pyramidale des entreprises et les règles de la hiérarchie.

En effet, l'entreprise s'appuie traditionnellement sur une longue chaîne hiérarchique où les responsabilités sont clairement établies. L'informatisation décentralise cette organisation et permet une distribution et un plus grand partage de l'information.

En outre, chacun a accès à une masse d'informations qui cessent d'être détenues par les seuls dirigeants de l'entreprise. Ainsi chacun peut accroître sa possibilité d'initiative par rapport aux finalités de l'entreprise. Ainsi les rapports de pouvoir s'en trouvent profondément modifiés, la capacité d'autonomie et d'initiative accrue.

On passe d'une structure hiérarchique pyramidale à une communication transversale avec le partage de projets associant des hommes et des équipes de différents services, utilisant le groupware.

4-La responsabilisation des salariés :

L'application des outils de libre-service et de workflow s'inscrit dans une tendance nouvelle de responsabilisation des salariés. L'individu devient responsable de son propre développement (sa carrière, plan de formation, évaluation) et sa gestion administrative (adresse, Etat civil,...) à partie d'outils et de service accessible 24heures sur 24 sur le net. Différentes enquêtes faites au sein de la fonction RH à l'étranger montrent qu'une grande partie de la productivité provient de la suppression des intermédiaires. .

5- La décentralisation de l'information :

Ce besoin de réactivité est encouragé par les TIC qui permettent une ouverture plus grande aux données en temps réel. Il s'agit d'une pyramide inversée ou l'acteur le plus proche du client est le plus habile à réagir. Cette nouvelle vision a comme incidence une modification des liens hiérarchiques au sein des entreprises. Mais cette décentralisation a certaines conséquences :

- Le raccourcissement des lignes hiérarchiques avec le développement de dispositifs de coordination et d'information (e-mail par exemple).
- Un besoin de formation plus grand, sous forme de séminaires et d'échange entre les différentes fonctions, services et niveaux (casdes visioconférences).
- Un besoin de normalisation (adoption de standards, de normes relatives à la circulation de l'information(les pratiques du workflow par exemple).

L'information doit être diffusée à travers toute l'entreprise. Le responsable RH d'une entreprise peut en temps réel à partir de son bureau par une requête obtenir un tableau des effectifs des principales structures de l'entreprise ou consulter la rémunération moyenne d'une catégorie de personnel d'une certaine structure.les mêmes transactions peuvent être réalisées par un responsable de finance et comptabilité pour la partie du personnel qu'il lui concerne.

² CHITTI Mohand, l'impact sur TIC sur l'amélioration de la performance de la fonction des ressources humains,

6- Une formation personnalisée :

Internet permet le développement de modalités nouvelles de formation à distance. Les barrières temporelles et géographiques n'existent plus. Avec la formation en ligne, le salarié peut actualiser de manière continue ses connaissances tout en réduisant le temps et les frais de déplacement. Plus besoin de dépenser des sommes considérables pour le personnel de formation, la location des salles ou transport pour envoyer des salariés en formation. Le coût d'une journée en auto-formation est ainsi dix fois moins élevé que celui d'une formation classique ».

7. Le rôle des NTIC sur l'économie de l'entreprise¹

La diffusion utilisation des TIC peut modifier le taux de croissance de l'économie selon trois mécanismes : la bulle spéculative, la substitution du capital au travail et la hausse de la productivité globale des facteurs.

7-1- La bulle spéculative :

A court terme, une croyance en l'efficacité des TIC peut conduire les entreprises à une forte vague d'équipement pour développer de nouveaux biens ou services, tandis que les marchés financiers fourniront les capitaux nécessaires. Si ces investissements restent sans effets sur la productivité du travail. Les créanciers, perdront leur mise et le phénomène s'arrêtera.

7-2- La substitution du capital au travail :

Si le développement des TIC permet d'accroître la productivité du travail et de faire baisser sa part dans la répartition de la valeur ajoutée. Il est possible pendant plusieurs années de financer une substitution entre capital et travail. Ce mécanisme s'épuisera toutefois si la productivité globale des facteurs de production n'est pas accrue, car la baisse de la part de la rémunération du travail trouvera des limites.

¹P. ARTUS, *la nouvelle économie*, ed la découverte, paris 2001 , P 45.

1 : Présentation de l'organisme

1-1 La présentation de l'entreprise SARL Ramdy

RAMDY est une entreprise agroalimentaire spécialisée dans les produits laitiers et ses dérivées. Elle fait partie de paysage industriel de la région d'AKBOU. Elle occupe une place appréciable du fait de l'importance de ses produits dans l'équilibre nutritionnel de la population ainsi que sa participation à la réduction du taux de chômage dans la région.

1-2 Historique de SARL RAMDY

- C'est en **1983**, que mûrit dans l'esprit du **groupe BATOUCHE**, l'idée de création d'une petite unité de fabrication de yaourt dans la région d'Ighzer Amokrane avec des moyens très limités, l'unité n'a démarré qu'avec une remplisseuse de pot préformés d'une capacité de 1000 pots/heure.
- **En 1986** l'unité a réussi pour acquérir une conditionneuse thermo formeuse d'une capacité de 4000 pots/heure.
- **En 1988**, L'entreprise se voit dotée d'un atelier de fabrication de fromage fondu et de camembert.
- **En 1991**, se fut l'acquisition d'une ligne de production de crème dessert.
- **En 1993**, une nouvelle conditionneuse est arrivée avec une capacité de production de **9000 pot/heure**.
- **En 1995**, l'entreprise **Ramdy** sort carrément de son adolescence, par l'acquisition de 02 conditionneuses **12000 et 9000 pot/heure** et une remplisseuse de **7000 pot/heure**.
- **En 1996**, profitant de la création de la zone industriel d'Akbou; Le **groupe BATOUCHE** inaugure sa nouvelle unité.
- **En 1999**, construction d'une 2^{ème} usine de fabrication des produits laitiers (fromage fondu, en portion 08 et 16 portions, fromage à pâte pressé, camembert).

- **En octobre 2001**, signature d'un accord de partenariat avec le groupe Danone.

En Août 2002 RAMDY a été lancée

1-3 Situation géographique

• Dans une zone industrielle, véritable carrefour économique de Bejaia, de quelques 50 unités de production agroalimentaire et en cours d'expansion.

- A 02 Km de la grande agglomération d'Akbou.
- A quelques dizaines de mètres de la voie ferrée.
- A 60 Km de Bejaia.
- A 170 Km à l'est de la Capitale Alger.

1-4 Gamme de produit de RAMDY

L'entreprise RAMDY possède une large gamme de produits :

Yaourt (aromatisé, nature, aux fruits, brassé aromatisé et aux fruits, crème dessert).

Fromage (portion et barre)

Lait pasteurisé

Raib et l'ben

Cherbet

Tel : 034 19 62 58

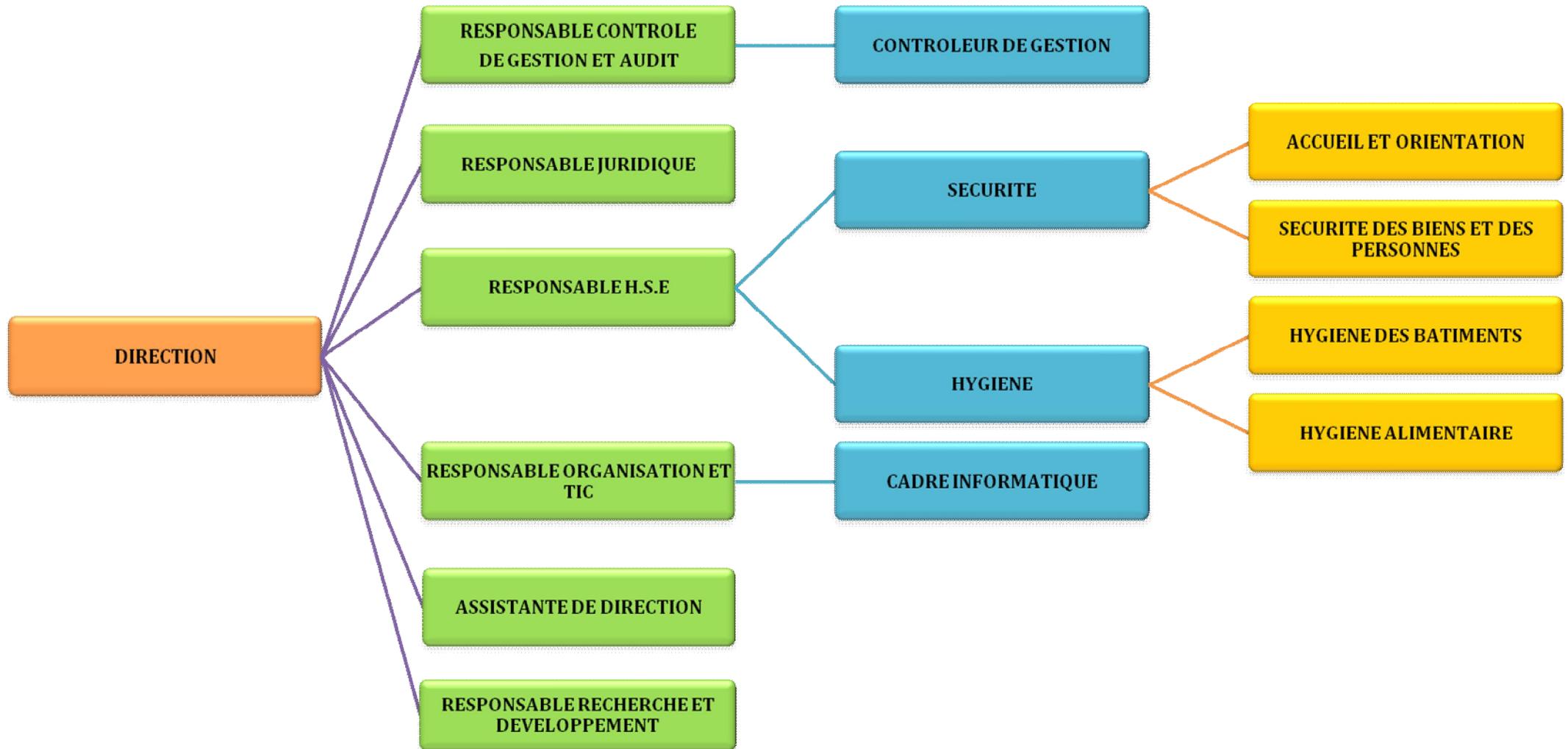
Email : WWW.SARLRAMDY.DZ

Adresse : ZAC TAHARACHT 06200 AKBOU ; W. Bejaia-Algérie

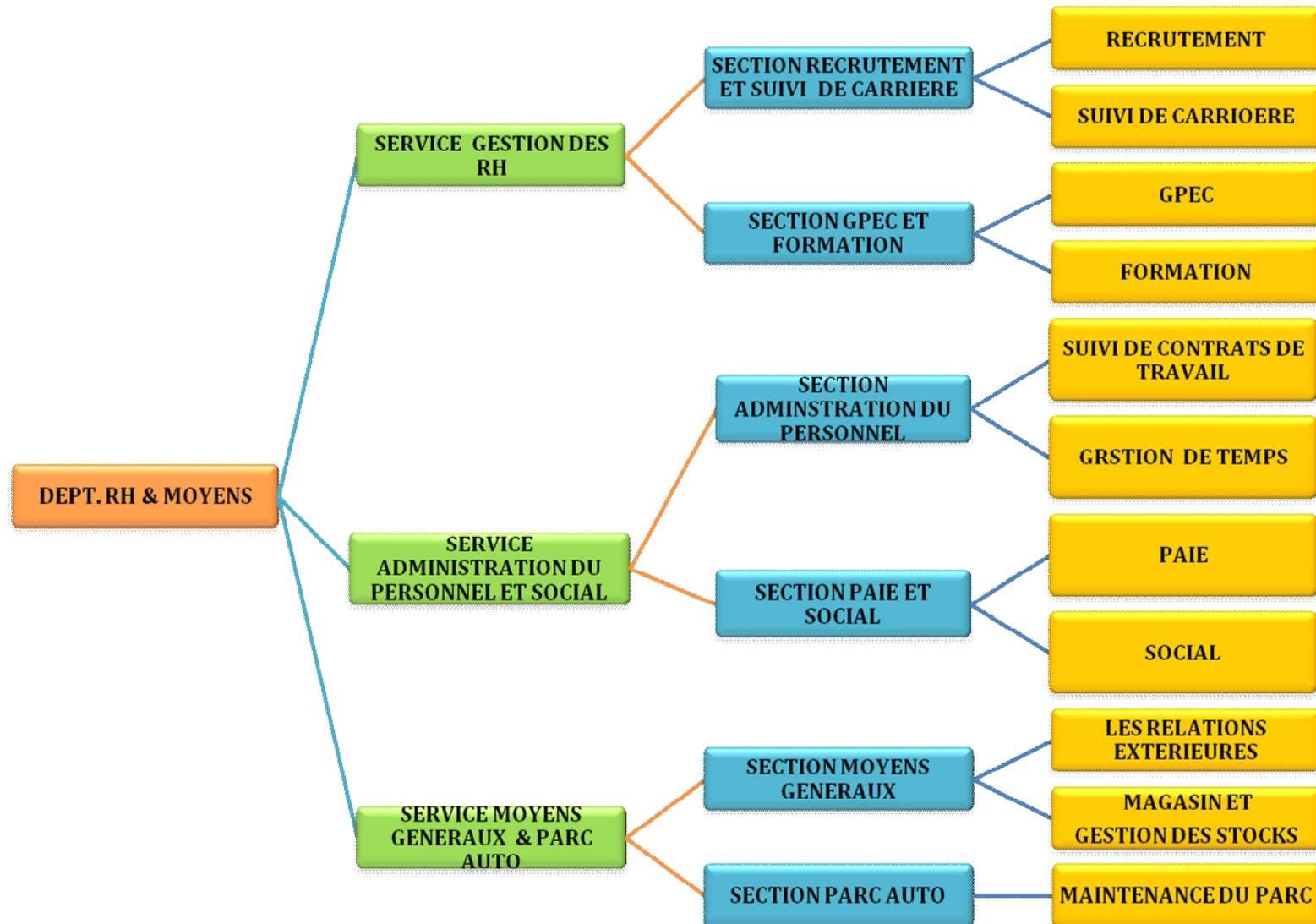
Effectif de l'entreprise : de 250 à 500 employé

Capital : 208, 885, 148 DZD

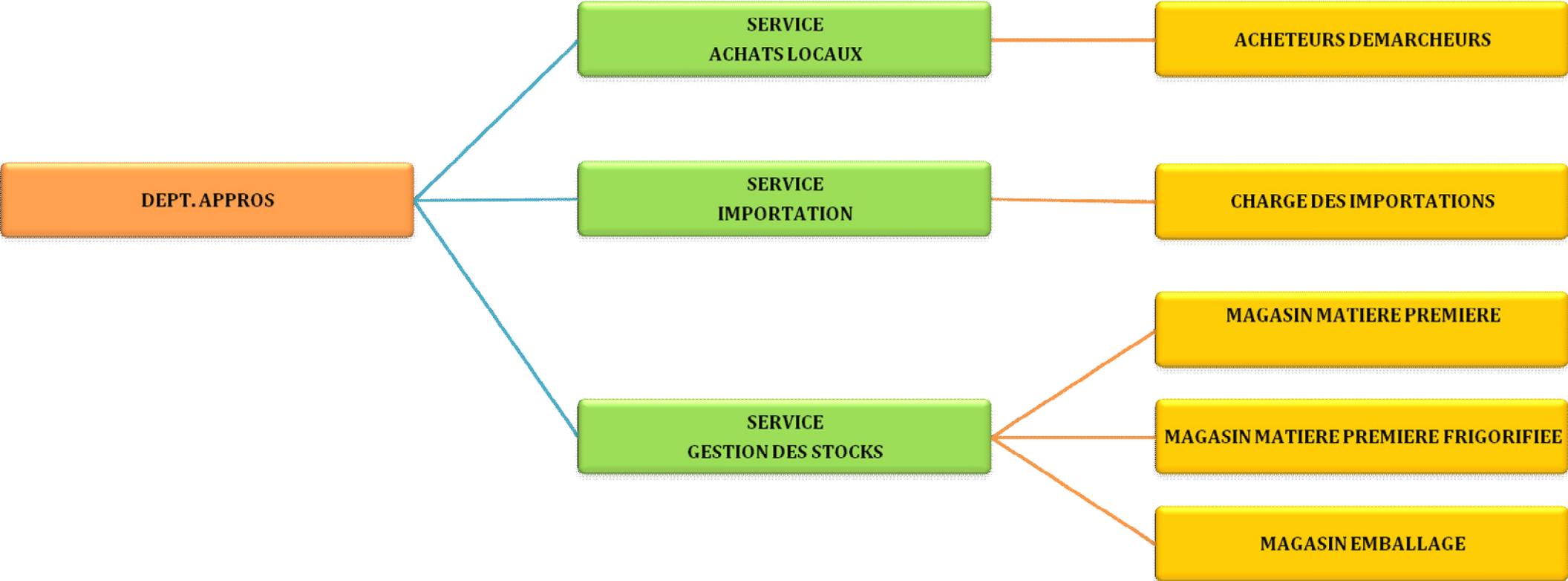
ORGANIGRAMME DE LA DIRECTION DE LA SARL RAMDY



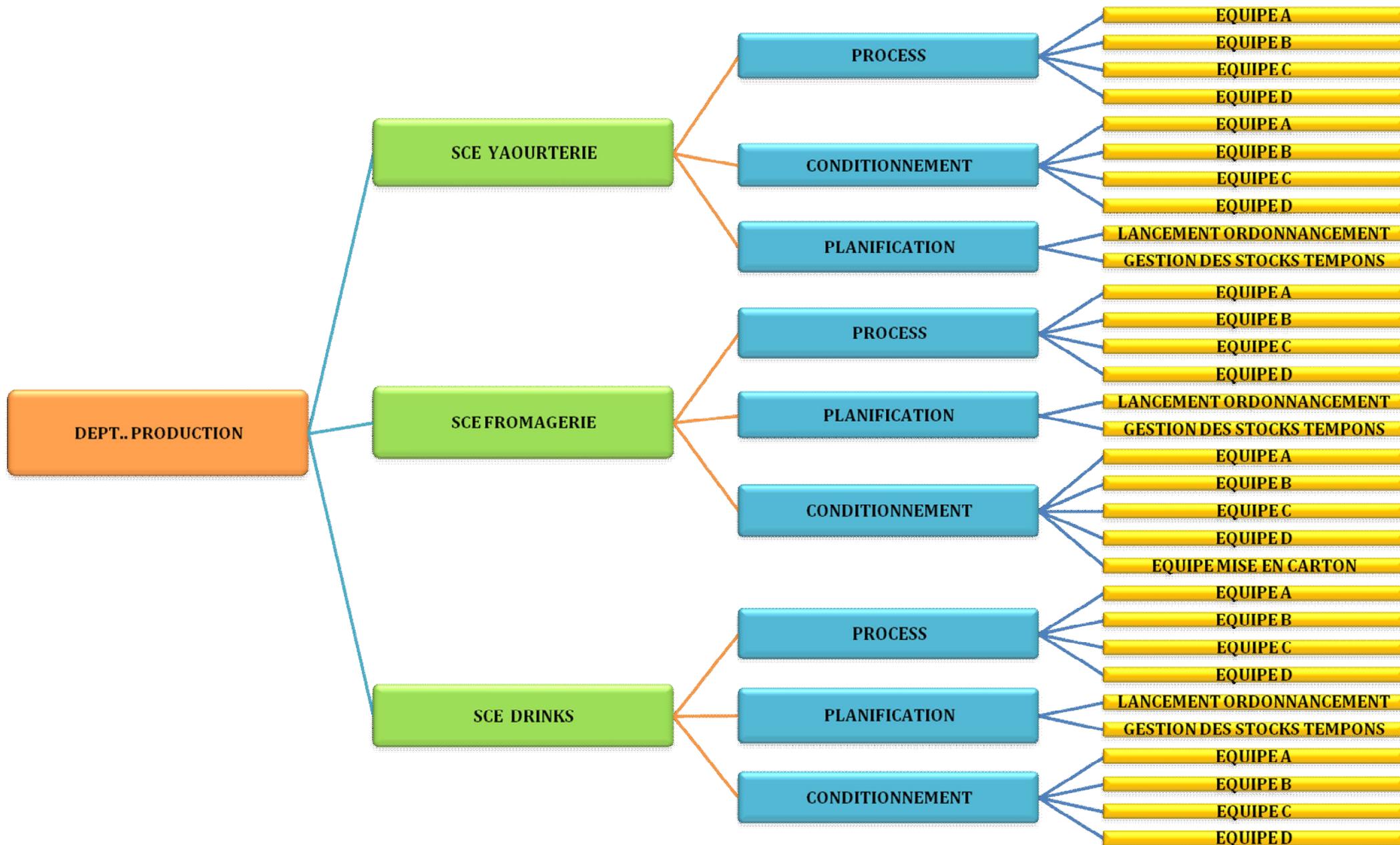
ORGANIGRAMME DU DÉPARTEMENT RH & MOYENS



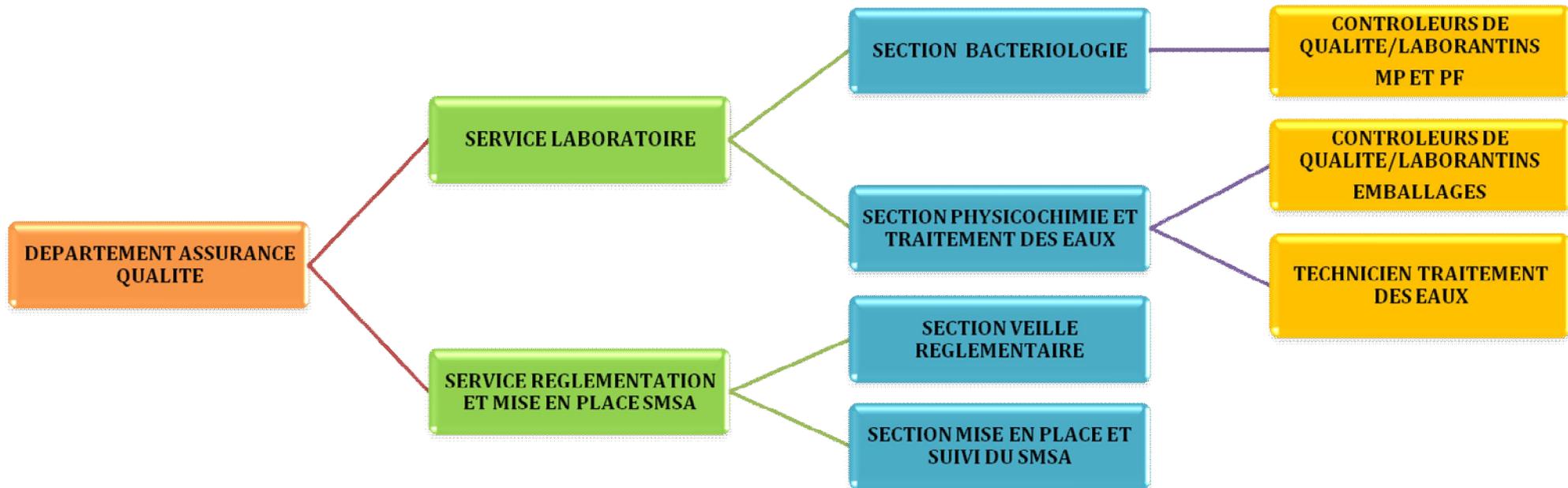
ORGANIGRAMME DU DÉPARTEMENT APPROVISIONNEMENTS



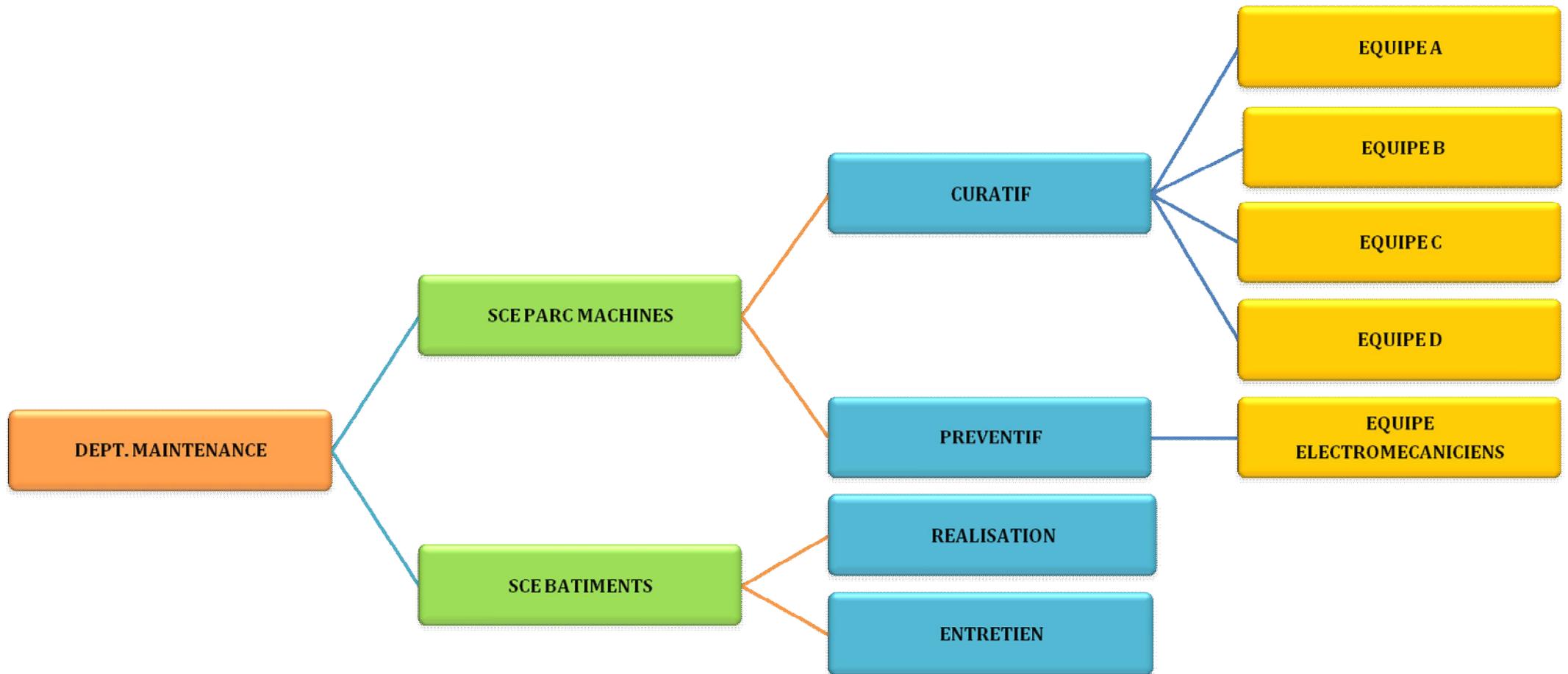
ORGANIGRAMME DU DÉPARTEMENT PRODUCTION



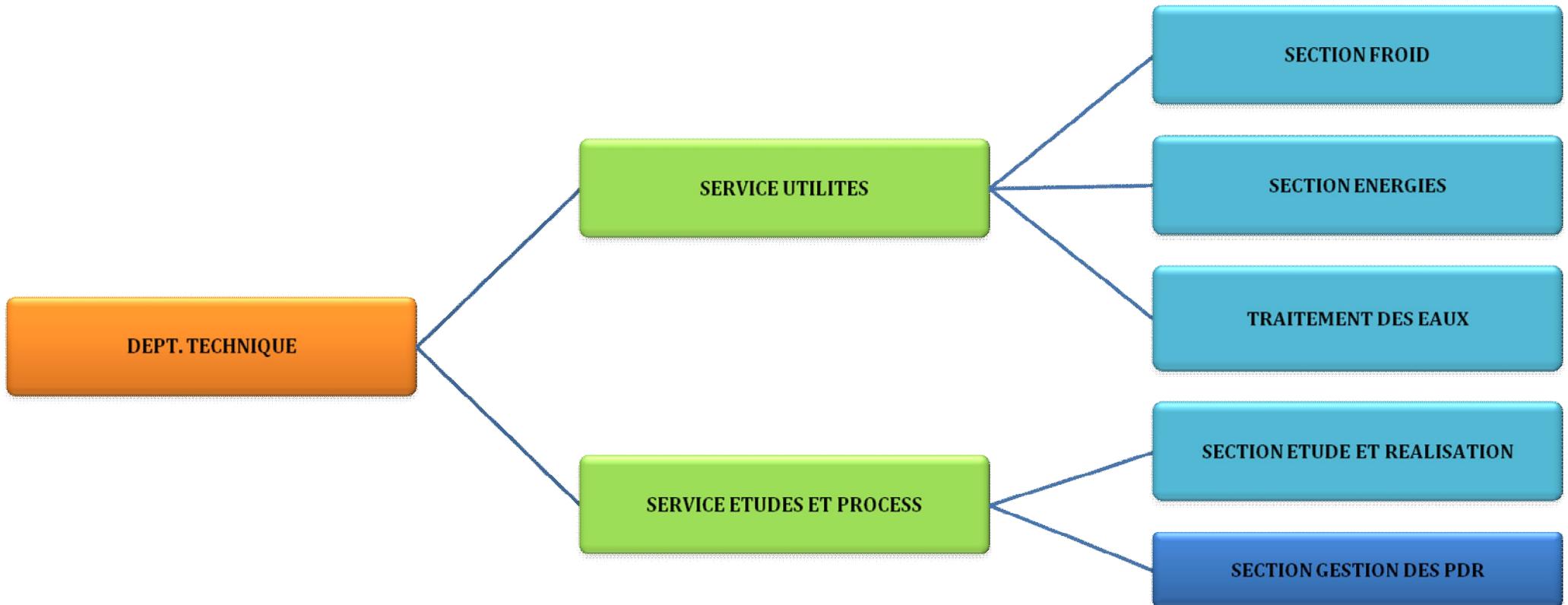
ORGANIGRAMME DU DÉPARTEMENT ASSURANCE QUALITÉ



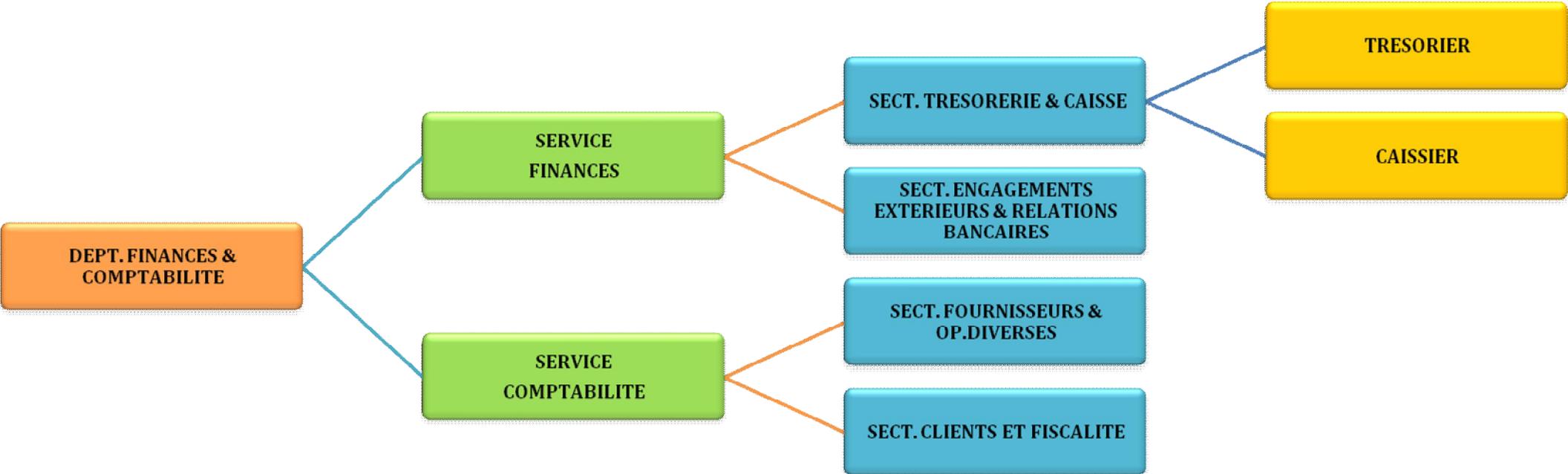
ORGANIGRAMME DU DÉPARTEMENT MAINTENANCE



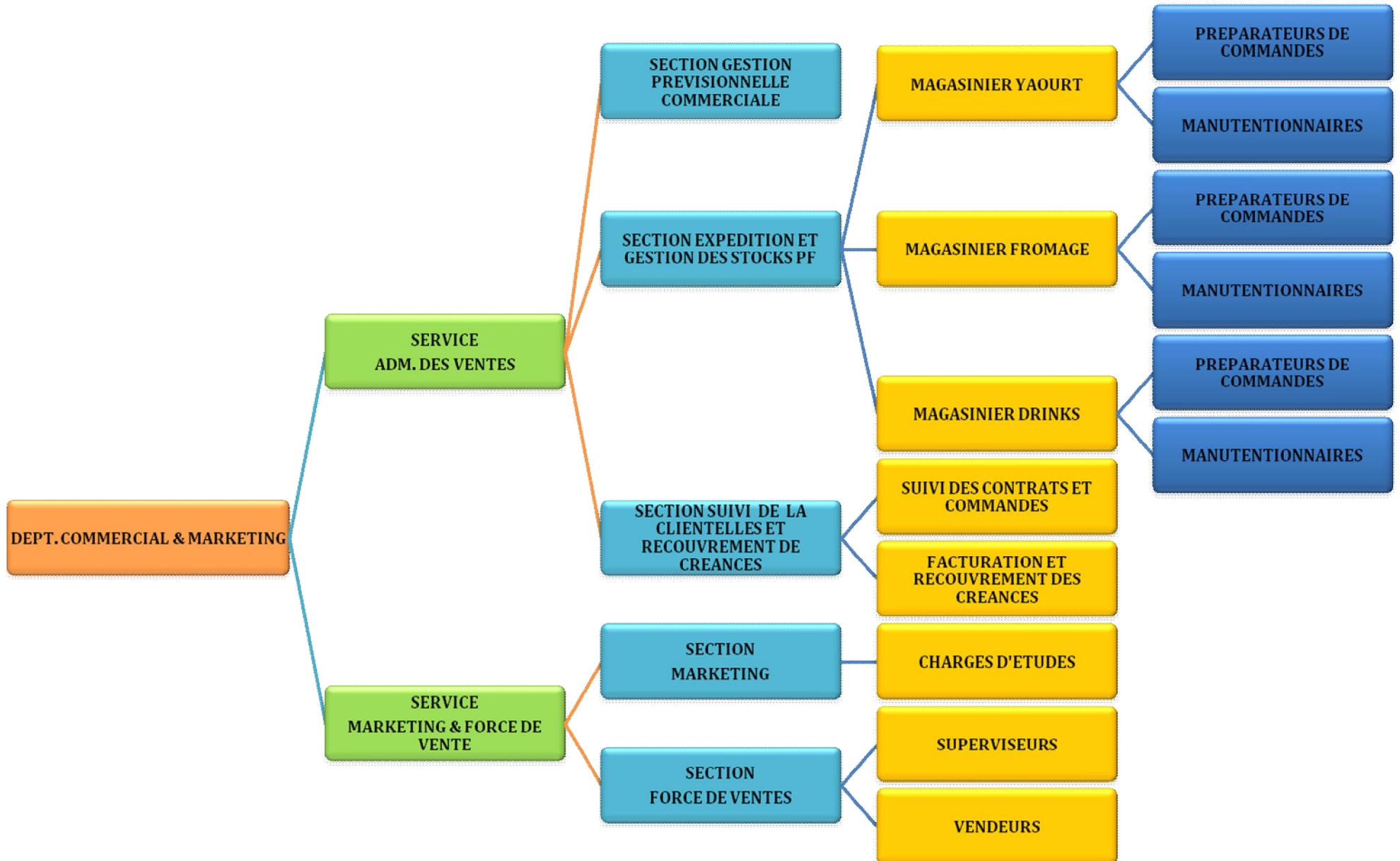
ORGANIGRAMME DU DÉPARTEMENT TECHNIQUE



ORGANIGRAMME DU DÉPARTEMENT FINANCES & COMPTABILITÉ



ORGANIGRAMME DU DÉPARTEMENT COMMERCIAL & MARKETING



2- L'échantillonnage supposé :

Mon échantillon est lié à l'objet d'étude et aux variables de l'hypothèse que je juge d'adresser à toute personne travaillant au sein de cette entreprise, j'ai pris un échantillon de 40 personnes dont la totalité de l'effectif de l'entreprise est 130 de la population mère. qui est alors composé de trois sous-groupes : des cadres et des agents de maîtrise et des exécutants.

3- La méthode et la technique utilisée :

Aux premiers lieux j'ai abordé de faire le questionnaire pour avoir le maximum d'information, mais malheureusement j'ai pas arrivé à cause d'une maladie s'appelle covid-19 qui a introduit un confinement qui duré plus de 3 mois jusqu'à nos jours cela nous a fait condamner chez nous et de ne pas déplacer pour réaliser le travail (l'enquête sur terrain), donc j'ai entamer de travailler avec la pré-enquête au sein de l'entreprise Sarl Ramdy, et je l'ai visité deux fois : la 1^{ère} journée c'est été le 26-02-2020 et la 2^{ème} journée c'est été le 14-03-2020 à partir de ses deux visites j'ai arriver à collecté le maximum d'information sur ma thématique de recherche à travers tout ce que j'ai observer et remarquer, et tout ce qui m'ont dit les personnes que j'ai rencontrer soit le agent de maîtrises soit les exécutant et les cadres. Donc les aspects observés sont :

Dans la première journée le 26-02-2020 Delors que j'ai arriver à l'entreprise, il ma accueillie un agent et il ma guider aux bureaux de gestionnaire de ressources humains pour faire admission au stage pratique, dans ce dernier j'ai trouver deux travailleur et chaqu'un avec un micro ordinateur et un pc portable, j'ai remarquer aussi qu'ils utilisent un modem d'internet et un téléphone fixe pour contacter les autres services et temps en temps des messages par internet, j'ai observer aussi qu'il utilise un site Web pour le recrutement et la marchandise avec les clientèles. Ensuite j'ai sorti dans son bureau et ma direction c'est été de retourner chez moi dans ma route j'ai observer au niveaux de bureaux des agents de sécurité qu'il y a une télévision plasmas qui occupe des cameras de surveillances qui ont été dans chaque cois de l'entreprise (dans les couloires, et à l'extérieure de l'entreprise).

Dans la deuxième journée le 14-03-2020 , la même chose aussi le même agent qu'il ma accueillie, mais cette fois il ma guider aux bureaux qui occupe tous ce qui est informatique de l'entreprise , Jai rencontré l'informaticien lui aussi utilise un micro ordinateur et un téléphone fixe , ce dernier Jai allé avec lui à rendre visite dans les deux unité de production : l'unité de production de yaourt et l'autre de production de lait et fromage , dans ses dernier Jai remarquer que la majorité des agents d'exécution sont de sexe masculin et utilisent des téléphones spéciale de l'entreprises pour contacter entre eux et d'autre utilisent le téléphone portable et Jai remarquer aussi que tout est marche avec des logiciels soit la chaine de production soit les autres machines, tout est informatisée.

Ensuite, on a déplacé à la salle de conférence la où J'ai trouver un moyen de l'audio – visuel pour faire des réunions entre les responsables et les cadres de l'entreprise, ainsi qu'il y à un téléphone fixe et une camera de surveillance. Apres on a sorti lui il a retourné dans son bureau et moi aussi J'ai allée chez moi, donc c'est été ma dernière visite au sein de cette entreprise.

En fin, J'ai constaté que les employeurs de l'entreprise Sarl ramdy accordent une grande importance aux nouvelles technologies de l'information et de la communication, comme elles sont accessibles à tous au milieu professionnel. Dans ce cas la J'ai arriver à confirmé mon hypothèse à partir tous ce qui J'ai observer dans l'entreprise.

Conclusion

Tout d'abord la conclusion que je peux tirer à partir de ma recherche se résume à dire que les NTIC sont avant tout un moyen, et non une fin, voire une solution miracle ou un effet de mode.

Aujourd'hui, si les NTIC en font gagner, elles ne pourront le faire que si la stratégie, l'organisation de l'entreprise ainsi que sa culture s'y prête. De plus, pour mettre en place des stratégies adaptées au changement, les entreprises doivent non seulement utiliser les NTIC mais aussi adopter de nouvelles formes d'organisation et une réflexion sur l'optimisation des compétences de chacun.

A cet effet, il y a lieu de constater que les NTIC sont une occasion pour les administrations d'être plus efficaces et moins coûteuses d'une part, et d'autre part, d'améliorer la coordination et la collaboration entre les différents services, avec comme clé de succès des entreprises d'aujourd'hui, l'innovation organisationnelle car il s'agit d'instaurer un mode de fonctionnement où l'information qui circule est devenue une base d'enrichissement pour tous. On dit que tout le monde est prêt à changer de travail mais tout le monde accepte difficilement de changer sa manière de travailler et c'est ce qui entraîne une influence sur l'entreprise à plusieurs niveaux et en particulier sur l'humain et l'organisationnel. Donc l'investissement dans des initiatives de modernisation et de rénovation des méthodes de gestion traditionnelles ne peut qu'apporter une meilleure assise aux entreprises pour faire face aux NTIC.

En suite, J'ai confirmé que les NTIC existent au sein de l'entreprise SARL RAMDY jouent un rôle très important sur la motivation personnel, et de faciliter la réalisation de travail à temps réel plus de ponctualité et de qualité.

Ma recherche au sein de cette entreprise vise à localiser les différents principaux concepts liés aux NTIC, J'ai cité les rapports de l'utilisation des NTIC dans l'entreprise qui ont été captés par des données collectées à travers les différents sous groupes de l'entreprise de SARL Ramdy. Les résultats basés sur le rôle d'utilisation des NTIC au sein de l'entreprise.

Conclusion

Au fin, les NTIC ont un rôle sur l'entreprise et sur plusieurs volets d'un coté relationnel en termes de la relation entre les salaires et les cadres et les responsables, d'un autre coté organisationnel au sein de l'entreprise.

Les ouvrages :

1. MORTON Michael et S. Michael, l'entreprise compétitive au future : technologie de l'information en transformation de l'organisation, ed economica, paris, 1995, p15.
2. BOULOC Pierre ,NTIC : comment en tire profit, 8 éme édition, paris , 2003, p 10.
3. ARMAND DATEYRON Emanuel et SAIMON Robert, les nouvelles technologie de l'information et l'entreprise, 3éme éd economica , paris , 1996, p 145 .
4. SAINSAULIEN Remand et SEGRSTIN Denis, Sociologie de travail, éd Donud, paris 2000,p 336.
5. P. ARTUS ,la nouvelle économie, éd la découverte, paris, 2001, p 45.
6. MIRRESSE Jacques et KOCOQU Yusuf, la mesure de l'investissement en TIC, éd puf , paris, 2001, p 73.
7. RALLET Alain, commerce électronique on intronisation du commerce, éd la voisier , paris , 2001, p 18.
8. GHRNAOUTI Hellie Solange et DUFOUR Armand , q'est- ce qu'internet , éd puf, paris, 2006, p 54.
9. DELLERIE Philip et BROYER Catherine , la communication interne au service de management, 2éme éd liaisons, paris, 2001,p 40.
10. FARAJ Shaban, communication administrative, 1^{er} éd Al-osama, 2008 p 6.
11. NGUYEN – THANH Fannelly, la communication une stratégie au service de l'entreprise, édition, economica, paris, 1991p 17.
12. SIMONNOT Brigitte, Evaluer l'information, éd A.B.D.S, paris, 2007, p 210.
- 13 .DEMON-LUGOL Lilian et autre, communication des entreprises stratégies et pratique, 2éme éd Armond collin, paris, 2006 p 95.
14. KLEIN Tristan et RATIER Daniel, rapport sur l'impact des tic sur les conditions de travail, France, 2012, p 44 .
15. GROLLE Gilles et BENADID Sandos, les NTIC : un instrument potentiel au service de l'économie social, éd l'harmattan , paris, 2003 p 139-140.

Les ouvrages Méthodologie :

1. ANGERS Maurice, Initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines, éd casbab univ, alger , 1997, p 130.
2. QUIVY Raymond et VAN CAMPENHOUDT Luc, Manuel de recherche en science social, 3éme éd Donud .
3. MIALARET Graton , la méthode de recherche en science de l'éducation, éd presse univ de France , paris, 2004, p 36 .
4. GRAWITZ Madeleine, Méthode des sciences sociales, 11^{eme} édition, Ed. DALLOZ,Paris, 2001, p 220.

Les dictionnaires :

1. DE BOISLANDELL Henri Mahi, Dictionnaire de gestion vocabulaire : concept et outil, economica Edition, Paris, 1998.
2. Dictionnaire de sociologie, Communication le 16-03-2020.
3. LAMIZET Bernard, SJLEM Ahmed, dictionnaire encyclopedique de sciences de l'information et de la communication, Edition Ellipses, paris, 1997.
4. Dictionnaire reverso-net / français- déf opérationnelle – de – l'entreprise. Le 7-03-2020.

Les documents électroniques :

1. TOUAHRI Fatima, mémoire de magister spécialité gestion des affaires, l'univ de Oran 2 , 2014-2015, Pdf le 10-03-2020.
3. BOUHENNA Ali, Les enjeux des NTIC dans l'entreprise, Université de Tlemcen, Ali...2003 p 6 .pdf
4. AL-QUVRAI Rahman , impact des TIC sur la gestion des ressources humain, thèse de magister collège d'économie de gestion des sciences commercial, l'univ de Msila 2011 p 34 pdf. Le 3-03-2020 à 8H

5. ZAZA Mohamed , mémoire en ligne , l'impact des TIC sur l'entreprise, univ de laayon 2016, [www. Strategie .gouv.fr //raptic_web_final](http://www.Strategie.gouv.fr//raptic_web_final). Pdf le 21-03-2020 à 20h
6. DURAND Claire , la pré-enquête, l'élaboration de la question , l'univ de Montréal, www.webreview.fr cour publie le 6-01-2009, consulté le 20-03-2020 à 13h
7. NEVEU Erick , Approche sociologique de l'information et la communication, Article 01 publie le 11-10-2013, paris ,pdf, consulté le 11-03-2020 à 14H
8. L'apport des théories – sur les organisations/ thèse-univ-lyon2.fr / lyon, 2003, consulté le 10-03-2020.

9. ABU KHADRA Layal. Commerce électronique // : [www.memoire](http://www.memoire online) online. Com publie le 17-05-2010 consulté le 4-04-2020 à 17h
10. PIOTET Françoise, la sociologie du travail depuis Georges Friedman, publie le 4-02-2005, consulté le 9-03-2020.
11. M . TAZIBT A.A, les tic : outil et application , l'univ de Marseille 01, France 2013.
12. RACHEDI Abdelkader, l'impact des tic sur l'entreprise, l'univ de Saida , Magister 2006.

Les sites internet :

1. [http:// définition des NTIC-et-de-communication-html](http://définition%20des%20NTIC-et-de-communication-html). Dimanche le 8-03-2020
2. <Http://www.maxicour.com> le 1-04-2020 à 13h
3. <Http://www.techno-science.net> le 22-032020 à 22H
4. <www.courinfo.fr> le 1-04-2020 à 9H
5. [www.la toupie.com](www.la%20toupie.com) le 8-03-2020

6. [Http://wikimémoire /type-tic-historique-tic-caractéristiques des –tic-/html](Http://wikimémoire/type-tic-historique-tic-caractéristiques-des-tic/html). 2011, le 16-03-2020 à 14h
7. <www.axess-solution-formation.fr> le 12-03-2020 à 22h30
8. <www.cour-information-gratuit.fr> le 24-03-2020 à 19h
9. <www.memoireonline.com> / impact des tic- dans l'entreprise, consulté le 27-04-2020
10. [Http://usage des –tic-dans les entreprises Algériennes /html](Http://usage%20des%20tic-dans%20les%20entreprises%20Algériennes/html). Le 5-03-2020
11. <www.baman-monsite.com/> communication technologie- de – l'information-et-la communication . consulté le 5-03-2020

12. [RACHATDICREDIT.com/performance-définition –opérationnelle.html](RACHATDICREDIT.com/performance-définition-opérationnelle.html). le 20-03- 2020

Les Revues :

1. PLANE.J.M, Théories et Management des organisations, 4eme éd , DONUD, paris, 2008 , p 16.
2. EVE Michael, Deux tradition d'analyse des réseaux sociaux, éd la voisier, paris, 2002 p 183.
3. REAUDLISE, Téléphone mobile et écriture : figure de la ré-motivation, éd Nec plus, paris, 2012, P 20
4. GLIKMAN Viviane, l'E-formation entre globalisation des produits, éd colloque bouges, Montréal, 2002, p 42
5. GODE FRAY DARG Nguyen , l'entreprise numérique, éd economica, paris, 2001, p 209.
6. ISSOR ZINEB, la performance de l'entreprise un concept complexe aux multiples dimensions, 3éme éd, paris, 2017, p 93.
7. SALGADO Melchior, La performance : une dimension fondamental pour l'évaluation des entreprises et des organisations, éd puf, paris, 2013, p 30.
8. MOUSS Marcel, les techniques et la technologie, éd la découverte, paris, 2004, p 434

Résumé

Ce que j'ai tiré comme résumé de ce travail sur les NTIC et leur rôle sur l'organisation de l'entreprise que les NTIC bouleversent les frontières de l'entreprise, transforment la nature de ses relations avec les autres entreprises et accompagnent sans doute une mutation profonde des formes institutionnelles que s'étaient progressivement une mise en place depuis longtemps pour organiser la production des biens et des services dans nos sociétés de plus en plus complexe. Donc à partir de la pré-enquête que j'ai réalisé à l'entreprise de SARL Ramdy qui m'a guidé à confirmer mes hypothèses et répondre sur mes problématiques de recherche.

Abstract

What I drew as a summary of this work on NICTs and their role on the organization of the company that NICTs upset the boundaries of the company, transforms the nature of its relations with other companies and undoubtedly accompanies a profound change in institutional forms that had been gradually put in place for a long time to organize the production of goods and services in our increasingly complex societies. So from the pre-survey I conducted at SARL Ramdy's company which guided me to confirm my hypotheses and respond to my research issues.