



**Université ABDERRAHMANE MIRA de Bejaia**  
Faculté des sciences humaines et sociales  
Département des sciences de l'information et de la  
communication

Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du  
diplôme de master en sciences de l'information et de la  
communication

**Option : communication et relations publiques**

*L'influence de la communication organisationnelle sur la satisfaction  
des salariés*

**Cas pratique : S.P.A Cevital  
d'unité ELKSEUR**

**Réalisé par :**

Mme. GUIROUR Celia  
Mme. HAMMICHE Kahina

**Encadré par :**

M. BENIDIRI Ikhlef

Année universitaire

2022-2023



**Université ABDERRAHMANE MIRA de Bejaia**  
Faculté des sciences humaines et sociales  
Département des sciences de l'information et de la  
communication

Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du  
diplôme de master en sciences de l'information et de la  
communication

**Option : communication et relations publiques**

*L'influence de la communication organisationnelle sur la satisfaction  
des salaires*

**Cas pratique : S.P.A Cevital  
d'unité ELKSEUR**

**Réalisé par :**

Mme. GUIROUR Celia  
Mme. HAMMICHE Kahina

**Encadré par :**

M. BENIDIRI Ikhlef

Année universitaire

2022-2023

## **Remerciement**

On remercie dieu le tout puissant de nous avoir donné de la patience, la volonté et la santé d'entamer et de terminer notre mémoire.

Nous tenons à exprimer nos profonde remerciement à notre encadrant M. BENIDIRI IKHLEF de l'université Abderrahmane Mira- Bejaia, qui nous a fourni le sujet de ce mémoire et nous a guidé de ses précieux conseils et suggestion, et la confiance qui nous a témoigné tout au long de ce travail.

Nous tenons à gratifier aussi les membres de jurés pour l'intérêt qu'ils ont porté à notre recherche en acceptant d'examiner notre travail.

J'adresse aussi nos remerciements à toute l'équipe de la bibliothèque des sciences de l'information et de communication, en particulier M. DALIBEY AZZEDINE pour le bon service dont il nous a aidé beaucoup dans la recherche bibliographique.

Je tiens à remercier vivement le responsable de Cevital d'unité Elkseur - Bejaia, pour son accueil chaleureux, Ainsi mon maitre et encadreur de stage M. SALIM TOUATI qui est le responsable des ressources humaines, pour le temps passé ensemble et le partage de son expertise au quotidien. Grâce aussi à sa confiance on a pu d'accomplir totalement dans nos missions. Aussi notre remerciement à toute l'équipe de S.P.A Cevital d'unité Elkseur pour leur accueil, leur esprit d'équipe.

Enfin on adresse nos sincères sentiments de gratitude et de reconnaissance à toutes les personnes qui ont participé de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

## ***Dédicace***

### ***A mes chers parents***

*Qui n'ont jamais cessé, de formuler des prières à mon égard, de me soutenir et de m'épauler pour que je puisse atteindre mes objectifs.*

***A ma très chère mère GHOURI LOUISA***

*Quoi que je fasse ou que je dise, je ne saurai point te remercier comme il se doit. Ton affection me couvre, ta bienveillance me guide et ta présence à mes côtés a toujours été ma source de force pour affronter les différents obstacles.*

***A mon très cher père GUIROUR SALAH***

*Tu as toujours été à mes côtés pour me soutenir et m'encourager. Que ce travail traduit ma gratitude et mon affection.*

***A mon cher frère GUIROUR SOUFIANE et ma belle sœur RYMA.***

*Pour son soutien moral et son conseil précieux tout au long de mes études. Qui n'a jamais cessé, de formuler des prières à mon égard, de me soutenir et de m'épauler pour que je puisse atteindre mes objectifs*

***A ma très chère tante GHOURI GHANIA***

*Pour sa source d'esprit et de motivation*

***A mes très chers amis***

*Pour leurs soutiens et amours et fidélité*

*En particulier KAHINA dite KAHOU qu'est ma meilleure amis avant d'être binôme, pour sa présence a tous les moments bien ou difficile. Et je dédié ainsi mes meilleurs amis :*

***SIHAM, MARIEM, YASMINE, CHAHINEZ, WALID***

***CELIA.G***

## ***Dédicace***

### ***A mes chers parents***

*Qui n'ont jamais cessé, de formuler des prières à mon égard, de me soutenir et de m'épauler pour que je puisse atteindre mes objectifs.*

***A ma très chère mère OUHARZOUN MALIKA***

*Quoi que je fasse ou que je dise, je ne saurai point te remercier comme il se doit. Ton affection me couvre, ta bienveillance me guide et ta présence à mes côtés a toujours été ma source de force pour affronter les différents obstacles.*

***A mon très cher père HAMMICHE BOUALAM***

*Tu as toujours été à mes côtés pour me soutenir et m'encourager. Que ce travail traduit ma gratitude et mon affection.*

***A mon cher frère HAMMICHE MOUHEND***

*Pour son soutien moral et son conseil précieux tout au long de mes études. Qui n'a jamais cessé, de formuler des prières à mon égard, de me soutenir et de m'épauler pour que je puisse atteindre mes objectifs*

***Et A mes chères sœurs, ainsi mes chers neveux et chères nièces***

***A mon très cher fiancé AISSA***

*Pour son amour et tout le temps sacré pour être à mes côtés. Et sans oublier mon dédicace pour ma belle mère et mon beau père ainsi mes beaux frères et belles sœurs*

*A mes chers oncles et mes chères tantes ainsi mes cousins et cousines Pour leurs sources d'esprit et de motivation*

***A mes très chers amis***

***Pour leurs soutiens et amours et fidélité***

*En particulier CELIA dite CHICHA qu'est ma meilleure amie avant d'être binôme, pour sa présence à tous les moments bien ou difficile. Et je dédie ainsi mes meilleurs amis :*

***SOUSOU, MASSIVA, CELIA, LYNDA, AMINE, HAKIM***

***KAHINA.H***

### Liste des abréviations

| Les abréviations | Signification                                     |
|------------------|---|
| S.P.A            | Société par actions                               |
| D.R.H            | Direction des ressources humaines                 |
| R.H              | Ressources humaines                               |
| H.S.E            | Hygiène, sécurité et environnement                |
| T.I.C            | Technologies de l'information et de communication |

## Liste des tableaux :

| <b>Numéro de tableau</b> | <b>Titre de tableau</b>   | <b>Page</b> |
|--------------------------|---|-------------|
| Tableau N°01             | La répartition de l'échantillon selon l'âge                           | 48          |
| Tableau N°02             | La répartition de l'échantillon selon le genre                        | 49          |
| Tableau N°03             | La répartition de l'échantillon selon le niveau d'instruction         | 49          |
| Tableau N°04             | La répartition de l'échantillon selon la catégorie socioprofessionnel | 50          |
| Tableau N°05             | La répartition de l'échantillon selon l'ancienneté                    | 50          |
| Tableau N°06             | Tableau de répartition des codes aux enquêtés                         | 51          |

## Liste des figures :

| <b>Numéro de figure</b> | <b>Titre de figure</b>   | <b>Page</b> |
|-------------------------|--|-------------|
| Figure N°01             | Logo de l'entreprise Cevital.                                  | 42          |
| Figure N°02             | Un affichage sur la journée de sécurité avec les enfants.      | 75          |
| Figure N°03             | Un panneau d'affichage sur la prévention contre les accidents. | 77          |



# Sommaire

|                             |          |
|-----------------------------|----------|
| Remerciements.....          |          |
| Dédicace .....              |          |
| Liste des abréviations..... |          |
| La liste des tableaux.....  |          |
| Liste des figures.....      |          |
| Sommaire.....               |          |
| Introduction.....           | <b>I</b> |

## **Cadre méthodologique**

|  |    |
|--|----|
| <b>Chapitre 01 : Analyse conceptuelle.....</b> |    |
| 1. Problématique.....                          | 05 |
| 2. Hypothèses.....                             | 06 |
| 3. Objectifs de l'étude.....                   | 07 |
| 4. Définition des concepts.....                | 07 |
| 5. Indicateurs du phénomène de l'étude.....    | 12 |
| 6. Etudes antérieure.....                      | 13 |

|   |    |
|---|----|
| <b>Chapitre 02 : Démarche méthodologique.....</b> |    |
| 7. Approche théorique et méthodologique.....      | 17 |
| Méthode de l'étude.....                           | 17 |
| Approche théorique .....                          | 17 |
| 8. Outils de l'étude.....                         | 18 |
| 9. Echantillon de l'étude.....                    | 20 |
| 10. Etapes de réalisation de l'enquête.....       | 21 |

### **Cadre théorique :**

|  |  |
|--|--|
| <b>Chapitre 03 : les généralités sur la communication organisationnelle.....</b> |  |
|--|--|

|  |           |
|--|-----------|
| <b>La section 01 : les caractéristiques de la communication organisationnelle :.....</b> | <b>25</b> |
| 1. l'origine de l'expression « communication organisationnelle ».....                    | 25        |
| 2. la définition de la communication organisationnelle.....                              | 26        |
| 3. les objectifs de la communication organisationnelle.....                              | 26        |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>La section 02 : le mode de fonctionnement de la communication organisationnelle :.....</b> | <b>28</b> |
| 1. les modèles de la communication organisationnelle.....                                     | 28        |
| 2. les moyens de la communication organisationnelle.....                                      | 29        |
| 3. les déterminants de la communication organisationnelle.....                                | 32        |
| 4. Politique de l'entreprise et organisation.....   | 34        |

|   |  |
|---|--|
| <b>Chapitre 04 : aperçu sur la satisfaction des salariés.....</b> |  |
|---|--|

|   |           |
|---|-----------|
| <b>La section 01 : la valorisation de la satisfaction :.....</b>  | <b>37</b> |
| 1. la définition de la satisfaction informationnelle.....         | 37        |
| 2. le lien entre motivation et satisfaction.....                  | 37        |
| 3. les indicateurs de la satisfaction des salariés à mesurer..... | 38        |

### **Cadre pratique :**

|  |    |
|--|----|
| <b>Chapitre 05 : Présentation des données.....</b> |    |
| 1. Présentation du lieu de la recherche.....       | 42 |
| 2. Présentation des données de la recherche.....   | 48 |

|  |    |
|--|----|
| <b>Chapitre 06 : Présentation des résultats.....</b> |    |
| 3. Analyse et interprétation des données.....        | 53 |
| 4. Analyse sémiologique.....                         | 74 |

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 5. Discussion des résultats..... | 79 |
| Conclusion.....                  | 83 |
| Liste bibliographique.....       |    |
| Annexe .....                     |    |
| Table des matières.....          |    |

# **Introduction**

## **Introduction**

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

Toujours, La communication organisationnelle est généralement utilisée pour transmettre les buts et les objectifs du sommet aux autres membres de l'organisation. On est en présence d'un modèle linéaire, simplifié et incomplet, car il incombe à l'émetteur de définir le signifié des messages en le repassant aux autres. En effet, une stratégie de communication ne peut consister en une simple juxtaposition d'actions de communications, elle peut s'inscrire dans une communication globale et cohérente de l'entreprise : une complémentarité des communications doit être recherchée pour toucher les différentes cibles et pour atteindre les objectifs.

La communication organisationnelle prend de plus en plus d'importance. Cette dernière s'intègre aux objectifs différents d'une entreprise et elle est directement liée au succès ou à l'échec d'une organisation ainsi aux échanges et d'implication des relations.

Pour les salariés, la communication organisationnelle joue un rôle essentiel leur permettant de contribuer au succès de l'entreprise. Elle permet de partager l'information sur la performance de l'entreprise, permet à tout les employés de mieux comprendre l'orientation de l'organisation et comment celle-ci progresse a fin de les motiver et satisfaire.

De fait, par cette communication le partage de l'information permet l'implication des salariés qui constitue un facteur déterminant du succès de l'entreprise, permet au salariés de comprendre la manière dont leur travail doit être fait et d'être attentif à ce que les autres pensent de leur travail. Egalement susceptible de créer un impact sur la satisfaction des salariés dans l'entreprise. Nous pouvons constater que l'absence de la communication organisationnelle peut causer des impacts majeurs et des conséquences néfastes à l'entreprise, tels que le mécontentement, la perte de confiance, l'absentéisme.

Dans le cadre de notre travail de recherche, et pour bien éclairer notre objet d'étude, nous l'avons abordée dans trois parties : la partie méthodologique, la partie théorique et la partie pratique. La première partie, consacrée à la méthodologie, comporte l'ensemble de notre démarche de recherche qui nous a permis de passer du cadre théorique de notre thème à la vérification empirique. D'abord, La partie méthodologique est composée de deux chapitres. Le premier porte sur l'analyse conceptuelle qui contient la problématique, les objectifs de l'étude, les hypothèses, la définition des concepts, les indicateurs du phénomène de l'étude et

les études antérieures. Quant au second chapitre, il porte sur la démarche méthodologique qui contient la méthode de l'étude, l'approche théorique, ainsi les outils de l'étude, l'échantillon de l'étude et les étapes de réalisation de l'enquête.

Après, la partie théorique du travail se divise aussi en deux chapitres, dont chacun est réservé à l'une de nos deux variables de recherche. Dans le premier, nous avons traité du sujet de la communication organisationnelle et dans le second celui de la satisfaction des salariés.

Le premier chapitre intitulé les généralités sur la communication organisationnelle, il est composé de deux sections : La première section intitulée les caractéristiques de la communication organisationnelle, la deuxième section sous le titre le mode de fonctionnement de la communication organisationnelle. Le deuxième chapitre intitulé aperçu sur la satisfaction des salariés, il est composé d'une section intitulée la valorisation de la satisfaction.

Ensuite, nous avons la partie pratique qui se décline en deux chapitres. Le premier porte sur la présentation des données de l'étude c'est-à-dire la présentation du lieu de la recherche ainsi la présentation des données de la recherche; le second chapitre porte sur la présentation des résultats, il est consacré à l'analyse et l'interprétation des données et la discussion des résultats.

Enfin, nous terminons notre travail par une conclusion générale et la liste bibliographique. En annexe, on retrouvera les documents concernant le terrain de notre enquête ainsi qu'un exemplaire de guide d'entretien.

# **Cadre méthodologique**

# **Chapitre 01:**

# **Analyse**

# **conceptuelle**



## Chapitre 01 : Analyse conceptuelle

### 1. Problématique :

L'organisation est une machine, ses objectifs et ses finalités concernent l'accomplissement des buts proposés. Et la communication est un outil rendant viable l'accomplissement des objectifs et buts organisationnels. L'action de communiquer c'est mettre en commun, une idée, une information, une attitude.

La communication au sein des entreprises est un élément important. En effet, elle permet aux employés et aux groupes de transmettre l'information nécessaire telle que les objectifs organisationnels, la mission de l'entreprise, les plans opérationnels, les normes de qualité.

Selon Arlette Bouzon et Vincent Meyer, « La communication organisationnelle est devenue en quelques années un objet central d'analyse pour un nombre 300 de chercheurs. Les études de recherche en sciences de l'information et de la communication prennent de plus en plus part au débat théorique sur les organisations ».<sup>1</sup>

Dans le cadre de l'organisation, les communications sont basées sur des rapports professionnels. Elles sont organisées et contrôlées par la hiérarchie, et suivent souvent les liens établis par la structure hiérarchique. On parle alors de relations formelles. Les relations d'autorité peuvent y être fortes.

Selon Sylvie Grosjean et Luc Bonneville, « Il y a des organisations en effet, comme le soulignent Bonneville, Grosjean et Lagacé (2007), des organisations de toutes sortes (militaires, éducatives, associatives, sanitaires, politiques, culturelles,...) composent notre société. Dans toute organisation, on trouve des individus ayant des rôles, des statuts, des compétences de stratégies différentes.

Ces individus sont amenés à dialoguer, à échanger de l'information, à négocier leurs relations, à acquérir des connaissances, à coopérer, à entrer en conflit,... ils peuvent donc « communiquer » pour coordonner leurs actions, atteindre leurs buts, permettre à leur organisation d'exister, de se structurer, d'évoluer et de durer dans le temps. La communication organisationnelle comporte ainsi à la fois une pratique, des outils, des stratégies de communication interne ou externe, et des concepts. Lorsqu'on parle de communication organisationnelle, on renvoie, d'une manière générale à la façon dont les organisations : interagissent, échangent, entrent en relation, communiquent avec les publics variés, cherchent à valoriser ou à améliorer leur image, souhaitent défendre leurs intérêts et

---

<sup>1</sup> ARLETTE BOUZON et VINCENT MEYER, la communication organisationnelle en question, méthodes et méthodologies, Paris, France, 2006.

renforcer leurs relations avec certains acteurs. ».<sup>2</sup>

Pour mieux comprendre l'influence de la communication organisationnelle sur la satisfaction des salariés, il est nécessaire d'examiner la problématique posée. Cela permettra aux entreprises de mettre en place une stratégie de communication organisationnelle qui maximise la protection et la satisfaction des salariés, aussi pour une influence positive et une bonne communication.

Pour cela Il est nécessaire de construire une étude à base d'un stage pratique au niveau de Cevital d'unité Elkseur pour qu'on puisse poser une problématique concernant notre thème pour mener notre enquête.

Dans le cadre de ce mémoire, Nous avons donc formulé notre question centrale comme suit :

- Comment la communication organisationnelle agit sur la satisfaction des salariés au sein de l'entreprise Cevital d'unité Elkseur ?

Dans l'objectif de mieux cerner notre thème de recherche et pouvoir répondre à notre question centrale, nous l'articulons en deux questions secondaires :

- Quels sont les moyens de communication utilisés par l'entreprise Cevital d'unité Elkseur pour communiquer avec ses salariés ?
- Comment les salariés perçoivent-ils la communication organisationnelle dans cette entreprise ?

## **2. Les hypothèses :**

Selon MAURICE ANGERS : « l'hypothèse se définit comme étant un énoncé qui prédit une relation entre deux ou plusieurs termes en impliquant une vérification empirique ».<sup>3</sup>

Afin de résoudre notre problématique soulignée, nous avons fait une pré-enquête dans notre organisme d'accueil Cevital d'unité Elkseur. Cela on effectuant l'observation de l'atmosphère de l'entreprise, ainsi la réalisation des entretiens exploratoires avec des échantillons test autour des deux variables de notre étude, ensuite nous avons construit les hypothèses suivantes :

- Cevital d'unité Elkseur à diversifier les moyens de communications ce qui a permet la transmission des messages aux salariés dans les meilleures conditions.

---

<sup>2</sup>SYLVIE GROSJEAN et LUC BONNEVILLE, la communication organisationnelle, approches ; processus et enjeux, Québec, Canada, 2011, P75.

<sup>3</sup> ANGERS MAURICE, initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Edition Casbah, Alger, 1997, P102

- La communication organisationnelle influence positivement sur la satisfaction des salariés au sein de l'entreprise Cevital d'unité Elkseur.

### 3. Les objectifs de recherche :

Chaque recherche sur une thématique vise à atteindre des objectifs principaux pour arriver à commencé le travail.

Nos objectifs à travers la réalisation de cette étude sont comme suit :

- Vérifier le fonctionnement de l'entreprise Cevital d'unité Elkseur sur le plan communicationnel.
- Identifier et démontrer les moyens de communication organisationnelle utilisée pour communiqué avec les salariés dans les besoins informationnelles.
- Etudier l'influence de la communication organisationnelle sur la satisfaction des salariés au sein de Cevital d'unité Elkseur.

### 4. Définitions des concepts :

« Le concept c'est l'idée générale, représentation abstraite d'un objet ou d'un ensemble d'objets ayant des caractères communs ». <sup>4</sup>

Nous avons cité quelques définitions à des concepts clés en lien direct avec la thématique et les hypothèses pour mieux illustrer notre réflexion

#### 4.1. Communication :

- **Définition théorique :**

Dans une entreprise, la communication est l'ensemble des techniques et moyens lui servant à se présenter elle-même, son activité ou ses produits et services. Les objectifs peuvent être d'améliorer son image, d'accroître sa notoriété ou d'augmenter les contacts avec des clients potentiels. <sup>5</sup>

- **Définition opérationnelle :**

---

<sup>4</sup> Dictionnaire le robert déco en ligne, <http://dictionnaire.lerobert.com/definition/concepte>, consulté le 10/04/2023 à 11:56.

<sup>5</sup> La toupie, dictionnaire de politique « toupictionnaire », <https://www.toupie.org/dictionnaire/index.html> , consulté le 10/04/2023 à 11:45

Dans l'entreprise Cevital d'unité Elkseur assure l'ensemble de ses techniques et moyens de communication pour promouvoir elle-même, ses activités et qui résulte la croissance de sa visibilité.

#### 4.2. communication organisationnelle :

- **Définition théorique :**

La communication organisationnelle englobe toutes les formes de communication utilisées par l'organisation afin de se mettre en rapport et d'interagir avec ses publics. Selon Riel, la communication organisationnelle comprend les relations publiques, les stratégies organisationnelles, le marketing corporatif, la publicité corporative, la communication interne et externe.<sup>6</sup>

- **Définition opérationnelle :**

Dans notre cas, l'entreprise vise à renforcer des liens avec ses salariés et l'amélioration de l'efficacité individuelle et collective de façon à faire adhérer leurs objectifs grâce aux formes de la communication organisationnelle et dans le but d'une information mieux partagée.

#### 4.3. L'information :

- **Définition théorique :**

Une information est l'actualité, les nouvelles diffusées par les médias, un renseignement, une documentation sur quelque chose ou sur quelqu'un, portés à la connaissance de quelqu'un. Exemple : un bulletin d'informations.

- **Définition opérationnelle :**

Dans notre cas, c'est l'ensemble d'actualité et de nouvelles transmettez aux salariés sur les différents besoins informationnels grâce au moyen de diffusion.

---

<sup>6</sup> CLEUSA MARIA ANDRADE SCROFERNEKER, Revue des sciences humaines et sociales, Qu'est-ce que la « Communication organisationnelle » dans un pays de contact ?, sociétés, 2004, p79

#### 4.4. Le message :

- **Définition théorique :**

Dans la théorie, se définit comme une « suite organisée et cohérente de signes, dans l'intention de communiquer. Le message utilise un code ou langage. En théorie des communications, information sélectionnée et codée par un émetteur (véhiculée par un support et transmise à travers un canal) destinée à un récepteur susceptible de la décoder.<sup>7</sup>

- **Définition opérationnelle :**

Dans l'entreprise Cevital d'unité Elkseur La communication qui se déroule à l'entreprise se diffuse et se transmet par des messages organisés, un langage compréhensible d'un émetteur au récepteur par les moyens de communication.

#### 4.5. L'influence :

- **Définition théorique :**

Le mot influence désigne le pouvoir occulte attribué aux autres de modifier le destin des hommes. Il s'est humanisé pour désigner la capacité de chacun à changer les idées ou les actes d'autrui, souvent à leur insu<sup>8</sup>. La notion d'influence renvoie à l'idée d'un pouvoir mystérieux, d'autant plus efficace qu'il est invisible. Ainsi que le mot influence désigne plutôt un mode de communication dont la persuasion constituerait le ressort principal, sinon unique.<sup>9</sup>

- **Définition opérationnelle :**

Dans notre cas, L'influence est opérationnellement le résultat des actes de la communication organisationnelle existant au sein de l'entreprise par les comportements et réaction représentée par les salariés qui peut être positif ou négatif

#### 4.6. La satisfaction :

- **Définition théorique :**

La satisfaction des salariés, employés ou collaborateurs est une mesure de l'attitude positive qu'ils ont envers leur travail, leurs conditions de travail et leur environnement de travail.

---

<sup>7</sup> Roger MUCCHIELLI : Communication et réseaux de communication, 6ème édition, Paris, 1984, P104

<sup>8</sup> JEAN FRANÇOIS : Dictionnaire des sciences humaines, édition sciences humaines, Auxerre Cedex, 2004, P351.

<sup>9</sup> RAYMOND BOUDON et autres : Dictionnaire de la sociologie, LAROUSSE, 2ème édition, Madrid, 2012, P124.

Une satisfaction accrue des salariés, employés ou collaborateurs est associée à une plus grande productivité, une meilleure fidélité et une plus grande rétention des collaborateurs. Elle est donc un élément clé pour une entreprise qui souhaite connaître le succès à long terme et la croissance sur le marché.

- **Définition opérationnelle :**

Selon notre cas dans l'entreprise Cevital d'unité Elkseur c'est le sentiment positif des salariés envers leur travail et l'environnement de travail grâce aux indicateurs : la crédibilité, la fiabilité, l'accessibilité, la motivation, la compréhension et surtout la communication.

#### 4.7. Le salarié :

- **Définition théorique :**

Se définit comme une personne physique liée à un employeur par la conclusion d'un contrat de travail et par une relation de subordination permanente. Le salarié dispose légalement ou conventionnellement d'un certain nombre de droits attachés à son statut : information, expression, paiement d'un salaire minimum en fonction de l'emploi occupé, limitation de la durée du travail,...

- **Définition opérationnelle :**

Selon l'entreprise Cevital d'unité Elkseur c'est l'ensemble des personnes qui travaillent au sein de l'entreprise Cevital qui se varient d'un cadre, maîtrise et exécution, ayant de différents droits et devoirs par exemple le droit de recevoir les informations concernant sa fonction.

#### 4.8. L'entreprise :

- **Définition théorique :**

L'entreprise entretient des relations variées avec son environnement. Elle évolue en fonction de celui-ci. Elle y puise des informations, des ressources, des compétences, elle y tisse des relations d'échanges qui permettent le développement d'activités.

L'entreprise vise à faire du profit pour assurer sa survie, financer son développement et rémunérer la prise de risque de ses actionnaires. Elle contribue aussi à faire vivre une communauté sociale au sein de laquelle elle opère. Elle peut viser aussi le bien commun, l'intérêt général.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> THOMAS DURAND, Management d'entreprise 360°, Tous les principes et outils à connaître, 2ème édition, 2020, P7.

- **Définition opérationnelle :**

Dans notre cas, L'entreprise instaure des stratégies de base pour communiquer avec les salariés afin de réussir ses relations avec eux et les satisfaire grâce aux moyens de performance relationnelles et de communication, où l'influence fait l'objet de sa réussite

#### 4.9. L'organisation :

- **Définition théorique :**

L'organisation, sur le plan formel permet de définir les tâches à accomplir, de les regrouper, d'établir les liens d'autorité, de coopération et d'information qui unissent les personnes entre elles, de créer les unités de soutien qui permettent aux responsables de disposer d'expertises complémentaires.

- **Définition opérationnelle :**

Selon notre cas, l'organisation est la coordination rationnelle des activités et suivre un système de communication pour faciliter la circulation de l'information dans le but de répondre à des besoins et d'atteindre des objectifs déterminé

1. Indicateurs du phénomène de l'étude

| Concepts   | Dimensions  | Indicateurs   |
|--|---|---|
| <b>La communication organisationnelle</b> c'est l'ensemble des formes de communication utilisées par l'entreprise Cevital afin de se mettre en rapport et d'interagir avec salariés. | - <b>L'information au salaries.</b>                     | 1- l'hierarchie de l'entreprise.<br>2- qualité de l'information et de la communication. |
|  | - <b>La cohésion et l'intelligibilité des messages.</b> | 1- La nature des messages.<br>2- Moyens de communication.                               |
| <b>La satisfaction des salariés</b> une mesure de l'attitude positive des salariés envers leur travail au sein de Cevital.   | - <b>La positivité</b>                                  | 1- La confiance.<br>2- Le sentiment d'appartenance.                                     |
|  | - <b>La performance et l'implication</b>                | 1- La productivité.<br>2- La visibilité et l'engagement des salariés.                   |
|  | - <b>La motivation</b>                                  | 1- Comportement des salaries.<br>2- Le bon climat social.<br>3- Le taux de satisfaction |



## 6. Les études antérieures :

Comme l'affirmait Marie-France Grinschpoun, les études antérieures permettent : « de faire le point sur ce qui a été réalisé sur la thématique envisagée ». <sup>11</sup> C'est pourquoi donc elles sont extrêmement essentielles pour l'élaboration de chaque recherche scientifique, elles servent le chercheur débutant d'un guide tout au long de son travail, elles permettent de l'introduire dans le sujet de sa recherche tout en lui fournissant un ensemble de modèles théoriques à suivre, elles accompagnent le jeune chercheur dans sa démarche méthodologique tout en servant d'un repère bibliographique.

Merah Aissa dit à ce propos que « mettre en tête le principe de l'accumulation de la science : état de connaissance empirique, le principe d'un problème de recherche. Il s'agit des travaux de recherche académique déjà réalisés, évalués et validés essentiellement de niveau supérieur au Master qui ont été d'une utilité au mémoire » <sup>12</sup>. Au long de notre travail de recherche, nous nous sommes référés instantanément à un ensemble d'études antérieures qui partagent au moins une variable avec notre thème de recherche qui est « l'influence de la communication organisationnelle sur la satisfaction des salariés au sein d'une entreprise », ces études nous ont servi d'une source en terme de référence bibliographique, elles nous ont été d'un guide incontournable durant l'élaboration du cadre méthodologique et théorique de notre recherche. Nous avons utilisé trois mémoires de master deux comme principales études antérieures.

### 6.1. Etude n°1 :

Mémoire intitulé « l'influence de la communication organisationnelle sur l'implication des salariés au travail. Cas pratique : d'APC d'AKBOU de Bejaia. ». Réalisé en 2012-2013 par Melle BENAMIROUCHE Fatima, encadré par Mme IDRIS Souhila. Cette étude est réalisée en vue de l'obtention d'un diplôme de grade Master en sociologie, option Sociologie du Travail et des Ressources Humaines à l'université Abderrahmane Mira de Bejaia. L'objectif à travers ce mémoire est de « comprendre, décrire la notion de la communication organisationnelle au sein 'APC d'AKBOU de Bejaia. ». Les étudiantes ont posé les questions principales suivantes :

---

<sup>11</sup> MARIE-FRANCE GRINSCHPOUN. Cours construire un projet de recherche en sciences humaines et sociales. P16

<sup>12</sup> MERAH AISSA. Cours élaboration d'un mémoire pour master deux communications et relation publique. P11

- quels sont les éléments qui déterminent la réussite d'une communication organisationnelle au sein de la commune ?
- Comment la communication organisationnelle influence-t-elle sur le climat social au sein d'APC d'AKBOU ?
- Est-ce que les effets de la politique de la communication adopté par l'APC d'AKBOU se répercutent sur le sentiment d'appartenance de ses salariés et leurs adhésion au travail ?

Cette étude nous a permis de se familiariser avec nos deux variables de l'étude, soit l'influence de la communication organisationnelle et la satisfaction des salariés au sein d'une entreprise, elle nous a permis d'avoir une vue d'ensemble sur l'interaction de ses deux notions d'un angle communicationnelle, elle nous a permis de comprendre le rôle primordial de la communication organisationnelle comme porteur d'harmonie et de cohésion entre les membres de l'entreprise. Cette étude nous a été utile dans la conceptualisation de nos variables de recherche, ainsi dans la construction de nos indicateurs, elle nous été un guide dans l'élaboration du cadre méthodologique de notre recherche.

### **6.2. Etude n°2 :**

Mémoire intitulé «l'influence de la communication organisationnelle sur l'autonomisation et la satisfaction au travail. Réalisé le 24 août 2006 par ISABELLE Laurin. Cette étude est réalisée en vue de l'obtention d'un diplôme de grade Master en relations industrielles à l'université de Montréal. L'objectif à travers ce mémoire est de « comprendre et expliquer l'existence des carences d'une communication organisationnelle au sein d'une entreprise internationale, en prenant comme échantillon d'étude effectué auprès de 2743 employés. Ainsi d'appréhender l'influence de cette communication organisationnelle sur l'autonomisation et la satisfaction au travail ».

Cette étude nous a permis de comprendre les différents aspects de la communication organisationnelle et on examinant les effets de celle-ci sur autonomisation et la satisfaction au travail ainsi la performance organisationnelle, elle nous a permis d'identifier les composants d'une communication d'entreprise. Les étudiants ont posé les questions principales suivant :

- Quelle est l'influence du contenu de la communication organisationnelle sur l'autonomisation et la satisfaction au travail ?
- Quel type de contenu de la communication organisationnelle influence l'autonomisation et la satisfaction au travail ?

- Est-ce que les carences de la communication ont un effet sur l'autonomisation et la satisfaction au travail ?
- Est-ce que les carences de la communication ont un effet de modération de l'influence du contenu de l'information sur l'autonomisation et sur la satisfaction au travail?

L'objectif à travers ce mémoire est de comprendre et à mettre en relation le contenu de la communication, d'une part avec l'autonomisation et, d'autre part, avec la satisfaction au travail. De plus est de penche sur les carences de la communication ayant un impact sur l'autonomisation et sur la satisfaction au travail.

### **6.3. Etude n°3 :**

Mémoire intitulé « mesure de la satisfaction des salariés au travail ». Cas pratique : Naftal Tizi-Ouzou. ». Réalisé en 2018-2019 par M. Medini Samir et Melle Chabane Kahina, encadré par M. Madouche Yacine. Cette étude est réalisée en vue de l'obtention d'un diplôme de grade Master en science de gestion, option gestion des ressources humaines à l'université de Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou. L'objectif à travers ce mémoire est « d'improviser et de présenté la satisfaction des salarié au sein de l'entreprise Naftal Tizi-Ouzou ». Les étudiantes ont posé les questions principales suivantes :

- En quoi consiste la théorie bi-factorielle de Herzberg ?
- Comment on peut mesurer la satisfaction et l'insatisfaction des salariés de NAFTAL ?
- Quelle est l'influence de l'âge, l'ancienneté, du genre, du salaire et le niveau d'instruction des salariés sur leurs satisfactions ?

L'intérêt de cette étude a pour objectif de mésuser la volonté de savoir si les entreprises algériennes accordent de l'importance à la satisfaction de ses salariés cas de NAFTAL. Ainsi de définir la méthode et l'instrument utilisé pour mesurer les facteurs de satisfaction et de l'insatisfaction des salariés.

**Chapitre 02:**  
**Démarche**  
**méthodologique**

## 7. Approche théorique et méthodologique

### 7.1. Méthode de l'étude :

Pour pouvoir apporter des réponses aux questions posées dans notre problématique et dans le but de réaliser la vérification empirique de nos hypothèses de recherche, nous devons suivre une méthode de recherche guidant notre démarche mais il dépend de la nature du sujet d'étude et des objectifs visés à atteindre.

Selon Madeleine Grawitz : « La méthode est constitué de l'ensemble des opérations intellectuels par lesquelles une discipline cherche à atteindre les vérités qu'elle poursuit, les démontre, les vérifiées. Cette conception de la méthode dans le sens général de procédure logique, inhérente a toute démarche scientifique ». <sup>13</sup>

Notre présente étude s'inscrit dans une méthode qualitative. Cette démarche consiste a observé, analysé et comprendre la communication organisationnelle et dont l'objectif est d'obtenir des données de fond ; de qualités collectées durant notre enquête de terrain sur la satisfaction des salariés au sein de Cevital d'unité Elkseur qui répond à la nature des objectifs de recherche

### 7.2. Approche théorique :

L'élaboration et la rédaction d'un mémoire de fin d'étude offre à l'étudiant plusieurs opportunités, elle lui permet de mettre en pratique ses acquis académiques. Comme elle lui permet également de se positionner épistémologiquement dans son champs de recherche, par l'adoption d'une approche théorique parmi toutes celles qui peuvent exister, et cela permet à l'étudiant d'orienter les décisions concernant la nature des données à recueillir ainsi que l'analyse et l'interprétation qui peuvent en être faites.

Selon OMAR AKTOUF, l'approche théorique est « l'approche est à considérer comme une démarche intellectuelle qui n'implique ni étapes, ni cheminement systématique, ni rigueur particulière. C'est à peu près un état d'esprit, une sorte de disposition générale qui situe l'arrière-fond philosophique ou métathéorique du chercheur ou de la recherche ». <sup>14</sup>

Dans notre étude, intitulée « l'influence de la communication organisationnelle sur la satisfaction des salariés », afin de traiter notre sujet sur le terrain, En effet nous allons suivre

---

<sup>13</sup>MADELEINE GRAWITZ, méthodes des sciences sociales, paris, France, 11ème édition, 2001, P 351.

<sup>14</sup>OMAR AKTOUF, Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations : Une introduction à la démarche classique et une critique (Sillery, Québec : Presses de l'Université du Québec, 1987). P27.

l'approche fonctionnaliste, « le fonctionnalisme ou l'analyse fonctionnelle, constitue un courant de pensée qui est à l'origine de nombreux débats tant en sociologie qu'en anthropologie, de quelques courants qu'il soit, le fonctionnalisme repose sur le concept fonction. Il s'est construit dans le but d'expliquer le fonctionnement global de la société ».<sup>15</sup>

Les approches fonctionnalistes reposent donc sur une vision instrumentale de la communication, celle-ci sert à contrôler, à planifier, à organiser le fonctionnement interne de l'organisation. Elle montre le lien entre la performance des entreprises et une mise en œuvre stratégique des technologies de l'information, elle montre la gestion stratégique des technologies de l'information sur les entreprises par la mobilisation des facteurs clés de succès.

Les chercheurs qui se situent dans cette approche orientent leurs travaux, leurs angles d'analyse, vers les canaux de transmission d'informations dans les organisations, quels qu'ils soient, de manière à améliorer le fonctionnement. Donc elle conçoit l'organisation comme un système de traitement de l'information où chaque message qui circule a un point de départ, nommé l'émetteur, et une destination, nommée le récepteur.

Le choix de cette approche n'est pas fait au hasard, mais par la logique des indicateurs qui reflète à notre thème de recherche tel que : l'information et la communication, le bon climat social, la confiance, la positivité, l'implication et la motivation, la satisfaction, le sentiment d'appartenance, la productivité, la clarté,... donc tous ses indicateurs visent la satisfaction des salariés en termes de l'influence de la communication organisationnelle ainsi que son développement dans l'entreprise.

## 8. Outil de l'étude :

Le choix de cette technique dépend de l'objectif poursuivi, lequel il y est lui-même à la méthode de travail. De cette interdépendance naît souvent une confusion entre les termes techniques et méthodes, qu'il convient de distinguer, or le langage courant tend à employer indifféremment l'un ou l'autre.

La technique est comme la méthode, une réponse à un « comment ? ». C'est un moyen d'atteindre un but, mais qui se situe au niveau des faits ou des étapes pratiques. Pour notre part, nous avons opté pour l'utilisation de l'observation et d'un entretien, car ces techniques conviennent beaucoup plus que le questionnaire à notre population d'étude :

---

<sup>15</sup> SYLVIE GROSJEAN et LUC BONNEVILLE ; la communication organisationnelle, le Chênevière éducation, 2011, P33

### 8.1. La technique d'observation :

Selon ANGERS Maurice « Observer c'est d'abord remarquer, on s'aperçoit qu'une personne ou la chose est là. Ensuite observer, c'est reconnaître, on identifie la personne ou la chose comme connue ou pas, Enfin, observer, c'est mesurer ou plus largement, évaluer la personne ou la chose ».<sup>16</sup>

Durant notre pré-enquête nous avons eu recours à l'observation non participative. Nous avons observé au sein de Cevital d'unité Elkseur qu'il y a une grande présence de la communication organisationnelle. Cevital a plusieurs moyens de communication dont nous avons remarqué la communication par téléphonie, par des emails, par des affichages et nous avons aussi observé l'utilisation de la digitalisation lors des tâches et des échanges.

Nous avons aussi constaté qu'il y a d'autres relations entre eux qui sont hors la relation du travail car la plupart des salariés sont des amis. Nous avons opté pour cette technique vue son importance et afin de cerner le fonctionnement de la communication organisationnelle au sein de l'entreprise Cevital d'unité Elkseur, garantir le bon déroulement de l'enquête, savoir le degré d'accessibilité à notre échantillon d'étude, calculé le temps disponible afin de terminer l'étude.

### 8.2. La technique de l'entretien :

Parmi les techniques que nous avons également utilisées : les entretiens exploratoires. Selon Grawitz, 1993 « L'entretien déclenche une série d'interactions entre l'enquêteur et l'enquêté. Non seulement l'idée que chacun a de l'autre intervient, mais aussi ce que chacun pense que l'autre va penser de lui. L'enquêteur doit être poli, rassurant, sympathique, pour donner une impression favorable dès le premier instant et ensuite à la fois stimuler, susciter l'intérêt de l'enquêté et le rassurer ».<sup>17</sup>

Le choix de la technique dépend de l'objectif poursuivi, lequel est lié lui-même à la méthode de travail. Une variété de techniques est au service du chercheur, en vue de réaliser une enquête, c'est l'objet qui détermine, et guide le chercheur vers une technique précise, et cette dernière doit être accordée à la méthode utilisée. Et comme nous l'avons souligné précédemment, nous avons opté pour la méthode qualitative qui s'appuie sur un entretien. Donc la technique utilisée est l'entretien, et spécifiquement le type est entretien semi-directif.

---

<sup>16</sup> ANGERS MAURICE, initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Edition Casbah, Alger, 1997, P57

<sup>17</sup> Ibid, P25.

« L'entretien semi-directif est donc une conversation ou un dialogue qui à lieu généralement entre deux personnes. Il s'agit d'un moment privilégié d'écoute, d'empathie, de partage, de reconnaissance de l'expertise du profane et du chercheur ». <sup>18</sup>

En effet cette technique de collecte de données, nous a permis d'opérer des échanges directs avec les enquêtés, basés sur l'interactivité, puisqu'elle correspond à la méthode qualitative, qui nous a permis à collecter auprès nos enquêtés les informations sur les données personnelles, et de savoir si la communication organisationnelle influence positivement sur la satisfaction des salariés au sein de l'entreprise Cevital d'unité Elkseur. Si l'entreprise diversifier les moyens de communications ce qui permet la transmission des messages aux salariés dans les meilleures conditions. Une autre raison du choix de cette technique, est la quantité de notre échantillon, étant réduit, celui ci est pratiquement facile de le cerner par des entretiens semi-directif, ainsi pour la vérification des hypothèses émises.

## 9. l'échantillon de l'étude :

Population mère : « ensemble des éléments ayant une ou plusieurs caractéristiques en commun qui les distinguent d'autres éléments et sur les quels porte l'investigation » <sup>19</sup>. Dans le cas de notre recherche la population mère est l'ensemble des personnes qui travail dans l'entreprise Cevital d'unité Elkseur.

Échantillonnage : consiste en un ensemble des opérations permettant de sélectionner un sous-ensemble d'une population en vue de constituer un échantillon. <sup>20</sup>

Nous avons adopté l'échantillonnage typique, donc l'échantillonnage typique : consiste au prélèvement d'un échantillon de la population de recherche par la sélection d'éléments exemplaires de celle-ci.

Échantillon : C'est un sous ensemble d'éléments d'une population donnée.

Selon Maurice Angers l'échantillon est un « Ensemble d'éléments ayant une ou plusieurs caractéristiques en commun qui les distinguent d'autres éléments et sur lesquels porte l'investigation ». <sup>21</sup>

---

<sup>18</sup> GENEVIEVE IMBERT, L'entretien semi-directif, à la frontière de la santé publique et de l'anthropologie, 3ème édition, 2010, P23.

<sup>19</sup> ANGERS MAURICE, initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Edition Casbah, Alger, 1997, P98.

<sup>20</sup>Ibid, P229.

<sup>21</sup>Ibid, P228.



Concernant notre recherche la population mère constitué de cent quatre vingt dix (190) personnes, dans notre échantillon on a touché les catégories socioprofessionnelles ; trois (03) cadres, trois (03) maîtrise, quatre (04) exécutants, soit 10 membres.

Durant notre stage pratique, nous avons effectué des entretiens semi-directif avec les salariés de Cevital d'unité Elkseur. Mais pour raison de réponse nos satisfaisante nous avons pris que 10.

### **10. Etapes de réalisation de l'enquête :**

La pré-enquête est une étape cruciale et importante dans toute élaboration d'un projet de recherche, Cette étape permet au chercheur de se familiariser avec son sujet de recherche, d'exploiter l'environnement de son étude, ainsi de tester l'ensemble des méthodes et techniques adoptées sur un échantillon réduit.

Selon Omar AKTOUF « La pré-enquête est une phase de terrain assez précoce dont le but essentiel est aidé à constituer une problématique plus précise est surtout à construire des hypothèses qui soient valides, fiables et justifiées. De même la pré-enquête permet de fixer en meilleur connaissance de cause, les objectifs précis, aussi bien finaux que partiel que le chercheur aura à réaliser pour vérifier ses hypothèses ».<sup>22</sup>

Durant notre pré-enquête, qui a duré du 08/03/2023 jusqu'au 16/03/2023 nous sommes contentés d'observer l'environnement de notre étude afin de comprendre le fonctionnement de la communication organisationnelle dans notre organisme d'accueil, elle nous a permis de se familiariser avec notre terrain de recherche et notre population d'étude, de récolter des informations utiles qui nous ont assistées à bien cerner notre recherche, de mieux comprendre nos deux variables, soit la communication organisationnelle ou la satisfaction des salariés et de confirmer la faisabilité de notre problématique et élaborer nos hypothèses.

Notre enquête s'est déroulée au sein de l'entreprise Cevital d'unité Elkseur, durant la période de stage pratique qui a durée 2 mois allant du 06/03/2023 au 05/05/2023, Pendant cette période nous avons rencontré notre encadreur de stage qui est le responsable dans la direction des ressources humaines qui nous a orientés durant la réalisation de notre enquête. Au premier contact avec lui nous avons abordé notre thème de recherche et discuter tout en expliquant l'objet de recherche.

Notre présence sur le terrain nous a permis d'observer les différents facteurs liés à notre

---

<sup>22</sup> OMAR AKTOUF, Méthodologie des sciences sociales et approche qualitatives des organisations, édition Québec, 1987, P90

phénomène d'étude : le déroulement de la communication organisationnelle, les moyens de communication et les déterminants de la communication organisationnelle, ainsi la politique de l'entreprise. L'observation qui est non participative a favorisé aussi la contextualisation des indicateurs des deux variables.

# **Cadre théorique**

# **Chapitre 03 : les généralités sur la communication organisationnelle**

## Chapitre 03 : les généralités sur la communication organisationnelle

### Préambule :

La communication organisationnelle est un élément très important pour la survie de l'organisation, elle intervient dans plusieurs situations, celle-ci doit tenir compte de tout ce qui se passe à l'intérieur de l'organisation.

Dans ce chapitre, on va présenter en premier lieu, les généralités sur la communication organisationnelle, Deuxièmement, le mode de fonctionnement de la communication organisationnelle, nous allons essayer de traiter les moyens de la communication organisationnelle, on va aborder les modèles de la communication, les objectifs de la communication organisationnelle et les déterminants de la communication.

### La section 01 : les caractéristiques de la communication organisationnelle

#### 1. l'origine de l'expression « communication organisationnelle » :

Les recherches qui se sont attardés à la communication organisationnelle, comme objet d'étude et comme réalité observable dans les organisations, sont anglo-saxonnes et surtout nord-américaines. Cependant, depuis quelques années, on décèle de plus en plus d'intérêts et de préoccupations des chercheurs européens autour de la question.<sup>23</sup>

Les premières études qui se sont penchées sur la communication organisationnelle ont été particulièrement influencées par des disciplines diverses, telles que la psychologie sociale, la psychologie industrielle, la sociologie, l'anthropologie appliquée, les relations humaines, l'administration des affaires, la gestion (management), l'économie et les relations industrielles. La communication a longtemps constitué un objet d'étude auquel étaient associés des cadres théoriques relevant de différentes disciplines.

L'expression « communication organisationnelle» a été formalisée en 1967 par Redding qui l'a consacrée comme une discipline en émergence. L'auteur justifie ce choix par deux événements majeurs survenus en 1967. D'abord, la Conférence en *Organizational Communication* qui s'est tenue aux États-Unis. Le second événement majeur fut la publication d'une bibliographie par Voos sur la communication organisationnelle.<sup>24</sup>

Jusqu'à ce jour, plusieurs recherches ont suivi cette piste en traitant de la

---

<sup>23</sup> LARAMÉE, ALAIN, La communication dans les organisations, Presses de l'Université du Québec, Télé Université, Université du Québec, 1989, P348.

<sup>24</sup> ISABELLE LAURIN, L'influence de la communication organisationnelle sur l'autonomisation et la satisfaction au travail, Université de Montréal, Le 24 août 2006, P4.

communication organisationnelle à partir de cadres théoriques distincts.

## **2. la définition de la communication organisationnelle :**

Selon SYLVIE GROSJEAN et LUC BONNEVILLE dans les apports de l'école de Palo Alto : « La communication organisationnelle et d'avoir proposé l'idée selon laquelle l'organisation n'est plus uniquement vue comme un système ouvert ou sein duquel circulent des flux d'information. Au contraire, elle est considéré comme un système de communication, ce qui signifie qu'elle comprend un ensemble d'individus en interaction entre eux ainsi qu'avec des éléments qui ne sont ni d'individus ni des groupes, mais des produits : machines, systèmes de production, règlements, structures organisationnelles, statuts,... ».<sup>25</sup>

Aucune organisation ou entreprise ne fonctionne sans communication, donc la communication organisationnelle est un système fondamentale utilise un enchainement de processus et des moyens d'interaction et l'ensemble des pratique communes et quotidienne entre les membres de l'entreprise (direction, salariés) pour La distribution, la circulation et le partage de l'information.

## **3. les objectifs de la communication organisationnelle :**

L'identification de l'utilisation de la communication organisationnelle et directement liée aux objectifs qu'on peut en attribuer. Ces derniers peuvent être regroupés en trois grandes catégories: informer, motiver, fédérer.

3.1. Informer : l'information dans les entreprises peut circuler de manière très différente : descendante, l'information la plus classique est diffusée par la direction vers les salariés, ascendante, c'est-à-dire du personnel vers la direction, horizontal ou latéral, en d'autres termes, sans aucune relation avec la hiérarchie. L'information est très importante dans l'entreprise car la bonne circulation de l'information au bon moment permet à tous les salariés d'être au courant de ce qui se passe à l'intérieur de l'entreprise pour qu'il puisse exécuter leurs tâches convenablement et de leur procurer le sentiment qu'ils font vraiment partie de cette entreprise.<sup>26</sup>

3.2. Motiver : motiver le personnel est un objectif permanent dans l'ensemble des organisations. Améliorer la motivation contribue à améliorer l'efficacité économique.

---

<sup>25</sup> SYLVIE GROSJEAN et LUC BONNEVILLE, la communication organisationnelle, approches ; processus et enjeux, Québec, Canada, 2011, P75.

<sup>26</sup> PHILIPPE MALVAL et JEAN MARC DECAUDIN, penta.com, communication corporate, interne, financière, marketing b to c et b to b, P527.

La création d'un climat favorable à l'efficacité professionnelle et la recherche d'une forte motivation ne peuvent être pertinentes qu'à la condition d'être cohérente avec la gestion des ressources humaines.<sup>27</sup>

3.3. Fédérer: rassembler les salariés autour de valeurs communes et d'un projet est un objectif que toute organisation devrait poursuivre. Faire comprendre la stratégie de l'entreprise et y faire adhérer le personnel et aujourd'hui essentiel à la performance économique. il est essentiel de regrouper les salariés autour de la volonté de l'entreprise pour appuyer la réalisation de ces différentes actions.<sup>28</sup>

Les objectifs sont multiples à pratiquer la communication organisationnelle de façon favorable et productive. L'objectif global consiste à gérer de manière optimale la circulation d'informations dans l'entreprise .sa veut dire que les messages qu'elle produit doivent être reçus et compris.

---

<sup>27</sup> PHILIPPE MALVAL et JEAN MARC DECAUDIN, penta.com, communication corporate, interne, financière, marketing b to c et b to b, P527.

<sup>28</sup> Ibid. P527.

**La section 02 : le mode de fonctionnement de la communication organisationnelle**

**1. les modèles de la communication organisationnelle :**

Les modèles de communication organisationnelle représentent les différentes façons dont l'information est circulée au sein d'une entreprise. Il existe plusieurs types d'orientation de la communication possible dans une organisation.

**1.1. La communication descendante :**

Historiquement, la communication descendante appartenait aux dirigeants des entreprises. De nos jours, ce mode de communication représente généralement au sein des organisations une dimension tactique, c'est-à-dire de soutien à la bonne exécution des décisions, plutôt que stratégique, celle de la participation à la prise de décisions. La communication vers le bas se réalise lorsque la direction informe et transmet des messages à ses employés. Elle consiste également à regrouper les éléments d'informations émanant de la hiérarchie et destinés à l'ensemble des salariés de l'entreprise. Les outils les plus utilisés sont entre autres le journal interne, les mémos, et l'affichage.<sup>29</sup>

**1.2. La communication ascendante :**

La communication ascendante se définit par l'ensemble des pratiques visant à faire remonter, vers la haute direction, les attentes et les besoins d'information des employés. La communication organisationnelle ne saurait être efficace si elle ignorait ce volet. Elle pourrait même avoir des effets négatifs, soutient que certaines études montrent que la communication ascendante suscite davantage de distorsions que la communication descendante. Les subordonnés auraient tendance à déformer l'information qui les ferait mal paraître. Plus la différence de statut n'est grande entre le subordonné et le supérieur, plus le subordonné aura tendance à supprimer ou à déformer l'information. Les outils utilisés dans le cadre d'une communication ascendante sont entre autres les réunions de service, les sondages auprès des salariés et les boîtes à idées.<sup>30</sup>

**1.3. La communication latérale :**

La communication latérale est celle qui intervient entre deux personnes occupant des postes de même niveau hiérarchique ou de niveaux hiérarchiques différents, la

---

<sup>29</sup> ISABELLE LAURIN, L'influence de la communication organisationnelle sur l'autonomisation et la satisfaction au travail, Université de Montréal, Le 24 août 2006, P25

<sup>30</sup> Ibid. P28.



communication entre les salariés doit en même temps être encouragée et contrôlée en milieu de travail. C'est à travers la communication latérale que les collègues apparaissent comme étant la première source d'information dans l'entreprise. La communication latérale est majoritairement orale, résultant de multiples rencontres formelles ou informelles, notamment les échanges à proximité des machines à café, des cantines et lors des sorties de services. Précise que la communication entre les employés est une condition nécessaire dans une entreprise. L'interaction interdépartementale est également une initiative de communication fortement favorisée entre les employés qui partagent l'information fonctionnelle et organisationnelle.<sup>31</sup>

En ce qui a trait à la communication latérale, la communication dans les réunions constitue généralement un moyen efficace pour informer et permettre le partage de l'information entre les collègues, les subalternes ou même avec les clients. La communication lors des réunions permet de partager de l'information sur des messages-clés, sur des projets ou des initiatives en cours ou sur des livrables. Les réunions d'équipes permettent lors des tours de table d'informer du statut de chacun, des rôles des employés.

## **2. les moyens de la communication organisationnelle :**

La communication organisationnelle est l'ensemble des systèmes, des techniques et des moyens servant à une entreprise à se présenter elle-même, ses produits et ses services et servant aux besoins informationnelles. L'organisation utilise de ce fait divers moyens pour la mise en œuvre de la communication organisationnelle. Il serait donc intéressant de voir les différents moyens utilisés :

### **2.1. Moyens écrits :**

**2.1.1. 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 ;

---

<sup>31</sup> ISABELLE LAURIN, L'influence de la communication organisationnelle sur l'autonomisation et la satisfaction au travail, Université de Montréal, Le 24 août 2006. P28

- Informations concernant les rémunérations ;
- Informations concernant les avantages sociaux ;
- Informations concernant la politique de formation ;
- Quelques informations utiles : frais de déplacement, participation aux frais de transport, avances sur salaires, changement de situation personnelle, informations pratiques sur la sécurité.<sup>32</sup>

**2.1.2. 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.<sup>33</sup>

**2.1.3. 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,...). 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.

**2.1.4. 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 a 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.

**2.1.5. 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,...

---

<sup>32</sup> LO,KJ ,RN,EA, communication organisationnelle, université sidi Mohammed Ben Abdallah faculté des sciences juridiques économiques et sociales – FES,2010-2011,p7

<sup>33</sup> Ibid. P7.

## 2.2. Moyens oraux :

**2.2.1. 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 de 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.<sup>34</sup>

**2.2.2. 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.<sup>35</sup>

**2.2.3. 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.

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

## 2.3. les moyens technologiques :

**2.3.1 Le courrier 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

---

<sup>34</sup> LO,KJ ,RN,EA, communication organisationnelle, université sidi Mohammed Ben Abdallah faculté des sciences juridiques économiques et sociales – FES,2010-2011, P8.

<sup>35</sup> Ibid. P8.

discussion ou forums, professionnels ou non, sur des thèmes très variés (économiques...). L'e-mail est de loin l'application la plus utilisée sur internet.<sup>36</sup>

**2.3.2. Les blogs :** 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 facilité de publication et de consultation.

**2.3.3. 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.

### **3. les déterminants de la communication organisationnelle :**

Cet élément définit les déterminants d'une bonne communication efficace parmi ceux-ci en note la quantité, la qualité et la clarté de l'information, et souligne aussi les déterminants d'une mauvaise communication.

#### **3.1. Les déterminants d'une bonne communication organisationnelle :**

Dans un article important intitulé l'influence de la communication organisationnelle sur l'autonomisation et la satisfaction au travail aux gendres résume les clés de réussite de la communication organisationnelle en trois points :

- 3.1.1. La quantité de l'information: La quantité de l'information transmise influence la qualité et la pertinence de celle-ci un surplus ou un manque de communication peut créer un effet néfaste sur le sujet de communiquer, tel

---

<sup>36</sup> LO,KJ ,RN,EA, communication organisationnelle, université sidi Mohammed Ben Abdallah faculté des sciences juridiques économiques et sociales – FES,2010-2011, P8.

que les travailleurs demandent toujours à recevoir plus d'informations. Donc sur plus de communication et la meilleure approche, précisément l'efficacité des moyens et la qualité de l'information transmise.

3.1.2. La qualité de l'information : la qualité de l'information représente un aspect important compte à une bonne communication dans l'organisation. Le message doit être clair, précis et pertinent aux yeux de travailleur ainsi le désir de communiquer et aussi important à considérer pour les travailleurs qui s'impliquent et considère leur travail important auront tendance à être plus influencé par la qualité de la communication, les travailleurs qui s'impliquent davantage sont plus motivés et performant mieux dans leur travail.

3.1.3. La clarté de l'information : le point le fait de communiquer clairement au sujet des objectifs et des délais pour les atteindre influence positivement la qualité du travail. La communication qu'il est au sujet du poste réduit l'humidité du Rhône et par la même voix vient augmenter la loyauté de travailleurs. Cela veut dire pour que la communication organisationnelle réussite dans telle ou telle organisation le message transmis doit être contient d'une information claire, précise et pertinente et aussi ni un surplus ni moins de l'information.<sup>37</sup>

### **3.2. Les déterminants d'une mauvaise communication organisationnelle :**

En fait, la communication peut apporter des effets néfastes à voir rendre malade l'organisation. Selon AUGENDRE, il existe sept principales carences de la communication :

- L'absence de dispositifs formalisés de communication dans l'organisation (l'affichage, réunion...etc.), les messages transmis par les rumeurs sont souvent rapides, incomplets, déformés, empreints de préjugés, entaches d'erreurs et de sources de fausseté.
- La communication formelle prenne le dessus des relations humaines, certains dirigeants développent des outils de communication, mais tendent à délaissier ou à oublier la communication de face à face alors que cette dernière demeure nécessaire dans certaines organisations.

---

<sup>37</sup> BENAMIROUCHE FATIMA, L'influence de la communication organisationnelle sur l'implication des salariés au travail, Université Abderrahmane Mira – Bejaia, 2012-2013, P29.

- La communication ne doit pas seulement être descendante, mais également ascendante.
- La présence de maillons faibles existe lorsqu'un un des intermédiaires entre la direction et le corps social ne joue pas son rôle.
- Les décalages de vitesse entre les circuits d'informations arrivent souvent, car la hiérarchie est un circuit long tandis que les rumeurs connaissent un circuit très court. Il est difficile de contrôler la vitesse de circulation de l'information.
- La distance des sources arrive lorsque les travailleurs sont appelés à travailler sur multiples projets transversaux et la hiérarchie intermédiaire n'a pas communiqué sur tous les mêmes messages à ses équipes.<sup>38</sup>

#### **4. Politique de l'entreprise et organisation :**

Durant de nombreuses années, les managers pensaient que détenir l'information était une source de pouvoir. Aujourd'hui, la circulation de l'information est devenue une stratégie de communication interne.

En effet, lorsqu'elle circule bien, l'information favorise la communication et devient, de ce fait, un facteur de motivation efficace et de créativité.

Identifier les circuits d'information de l'entreprise est donc une force pour le collaborateur, cela lui permet de se positionner en fonction et de détenir l'information utile au bon moment.

L'arrivée des Technologies de l'information et de la communication (TIC) a bouleversé les modes traditionnels de circulation de l'information. Les TIC apportent des nouvelles formes de circulations de l'information, un partage plus facile des informations, une diffusion plus rapide de l'information et une communication quasi-instantanée. Elles permettent aussi de développer, par le travail coopératif, le partage des compétences et l'esprit d'équipe.

Le développement des TIC a également modifié les techniques de gestion des salariés dans les organisations.

Les TIC remplissent des fonctions diverses au sein de l'entreprise : collecte, traitement, stockage et circulation de l'information. Elles permettent :

- Un accès plus souple aux informations (l'Intranet permet de récupérer les informations) de tous les postes de travail, quelle que soit l'heure.

---

<sup>38</sup> BENAMIROUCHE FATIMA, L'influence de la communication organisationnelle sur l'implication des salariés au travail, Université Abderrahmane Mira – Bejaia, 2012-2013, P29.

- De faciliter le partage de l'information (Internet, Intranet).
- De favoriser le travail en groupe (les plateformes collaboratives).
- De simplifier les échanges de données entre eux.
- De faciliter la communication et la coopération entre les membres d'une équipe (liste de diffusion).
- Mettre en place une mémoire collective.<sup>39</sup>

### **Conclusion :**

Nous concluons que, la communication organisationnelle joue rôle très important, avec ces moyens utilisés qui permet de faciliter la circulation de l'information, développer une collectivité et favorise le sentiment d'appartenance au sein de l'entreprise Cevital Elkseur

---

<sup>39</sup> MEDINI SAMIR, CHABANE KAHINA, mesure de la satisfaction des salariés au travail, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, 2018-2019, p26

# **Chapitre 04 : aperçu sur la satisfaction des salariés**



## **Chapitre 04 : aperçu sur la satisfaction des salariés**

### **La section 01 : la valorisation de la satisfaction**

#### **Préambule :**

Depuis près de trente ans, la satisfaction des salariés est une des variables les plus étudiées par les chercheurs en gestion des ressources humaines et en management des organisations. Cela s'explique par l'importance de cette variable pour la compréhension du comportement des individus au travail et trouver les moyens pour augmenter la fidélisation vis-à-vis de l'organisation.

Ce chapitre est réservé à la satisfaction des salariés au Sein de l'entreprise, dont on va développer La valorisation de la satisfaction qui constitue premièrement le lien Entre la motivation et la satisfaction, deuxièmement la définition de la satisfaction informationnelle, De plus les facteurs qui influe sur la satisfaction des salariés, par la suite on termine par la politique d'entreprise et l'organisation.

### **La section 01 : la valorisation de la satisfaction**

#### **1. la définition de la satisfaction informationnelle :**

Il n'existe pas vraiment une définition de la satisfaction informationnelle. La notion de la satisfaction correspond à un sentiment plaisant que l'on ressent lorsque l'on obtient ce que l'on espère. Le dictionnaire Larousse la définit ainsi « contentement joie, résultats en particulièrement de l'accomplissement d'un désir, d'un souhait ».si l'on s'appuie sur cette définition, la satisfaction informationnelle serait finalement un sentiment d'accomplissement et les besoins des salariés par rapport aux informations diffusées par les moyens de communication. Autrement dit, la satisfaction informationnelle est un état positif au l'assouvissement du besoin des salariés auquel ils expriment leur contentement ou non à travers les informations qu'il reçoive par les moyens de communication.<sup>40</sup>

#### **2. le lien entre motivation et satisfaction :**

La motivation et la satisfaction sont des concepts dont on parle beaucoup d'une organisation. Ce sont des outils importants dont dispose la direction pour atteindre les

---

<sup>40</sup> ANNE-MURIEL, qui ce que la satisfaction client, définition, enjeux et bonnes pratiques, 2020.

objectifs d'une organisation d'une manière plus efficace. La gestion des hommes est cœur de tous les processus de gestion.

Maintenir le niveau de motivation des employés élevé pour qu'ils aient une bonne satisfaction au travail est un élément important de toute stratégie de gestion. La motivation des employés et la satisfaction au travail sont intimement liées, bien qu'il existe des différences qu'ils doivent être soulignés.

« Les causes qui distinguent la satisfaction et la motivation sont difficilement séparables, en effet, un salarié satisfait n'est pas forcément motivé. Celui qui est motivé devient facilement satisfait ». <sup>41</sup>

### **3. les indicateurs de la satisfaction des salariés à mesurer :**

Les facteurs qui influent sur la satisfaction des salariés au sein d'une entreprise sont nombreux. Cependant, certains facteurs contribuent de manière plus importante à la satisfaction générale des employés :

#### **3.1. L'environnement et les conditions matérielles :**

Il s'agit des infrastructures, des conditions de sécurité de travail, des moyens informatiques et informationnelle plus généralement de l'ensemble des ressources allouées pour exercer les activités. L'environnement peut-être approprié à la réduction des risques professionnels et l'amélioration de confort de travail. <sup>42</sup>

#### **3.2. Le système de rémunération et les avantages divers :**

Cela concerne seulement la politique salariale (salaire, avantage en nature, système d'encouragement, « inventive »), mais aussi les avantages divers prise en charges par l'employeur ou le comité d'entreprise.

#### **3.3. Le sentiment d'appartenance :**

Il s'agit pour un salarié de se sentir solidaire de reste de l'entreprise dans la défense des

---

<sup>41</sup> ALICE DAVIDE et al, GRH une approche intentionnelle ,3eme édition, c groupe de BOECK, Bruxelles, 2000.

<sup>42</sup> JEAN-FRANCOIS TAKVORIAN, de la satisfaction du personnel a la satisfaction des clients, <https://www.infoqualite.fr>,consulté le 14/05/2023 a 10h45.

valeurs partagées, de se reconnaître une histoire, une culture commune et parfois un langage commun. Il faut associer à cela la capacité de l'entreprise à définir un projet d'entreprise fédérateur.<sup>43</sup>

Il y a beaucoup de facteurs connus pour influencer la satisfaction, néanmoins, on ne peut pas raisonnablement pas agir sur certains facteurs, par exemple, il ne serait pas éthique d'agir sur des facteurs personnels. C'est la plupart du temps sur les facteurs environnementaux que l'on joue, notamment ces facteurs les plus reliés à la satisfaction que sont : l'intérêt de travail, la sécurité de travail, l'autonomie, faible stress de travail, nombreuses opportunités de communication et de participation, une évaluation des performances objectives.

### **Conclusion :**

Ce chapitre porte sur l'importance de la satisfaction des salariés au sein de l'entreprise s'agit d'établir une stratégie de communication pour réaliser cette satisfaction. L'influence de la communication organisationnelle peuvent être divisées en trois dimensions (affective, Continue et normative) dont cette dernière s'explique par la satisfaction dans leur travail et cela engendre la cohésion et la fidélisation des salariées à l'entreprise.

---

<sup>43</sup> JEAN-FRANCOIS TAKVORIAN, ressources humaines, de la satisfaction du personnel à la satisfaction des clients, 2003, <https://www.infoqualite.fr/de-la-satisfaction-du-personnel-a-la-satisfaction-des-clients/>, consulté le 14/05/2023 à 10h45

# **Cadre pratique**

# **Chapitre 05 :**

# **Présentation des**

# **données**

## Chapitre 05 : Présentation des données

### 1. Présentation du lieu de la recherche :

Figure N 01 : logo de l'entreprise Cevital.



Source : photo prise a l'entreprise Cevital d'unité Elkseur .

#### 1.1. Présentation du groupe Cevital :

Le groupe Cevital est la première entreprise privée algérienne à avoir investi dans des secteurs d'activités diversifiés, elle a traversé d'importantes étapes historiques pour atteindre sa taille et sa notoriété actuelle. Industrie agroalimentaire et grande distribution, électronique et électroménager, sidérurgie, industrie du verre plat, construction industrielle, automobile, services, médias.

Le Groupe Cevital s'est construit au fil des investissements, autour de l'idée forte de constituer un ensemble économique. Porté par 18 000 employés répartis sur 3 continents, il représente le fleuron de l'économie algérienne, et œuvre continuellement dans la création d'emplois et de richesses.

## 1.2. Les caractéristiques du groupe Cevital :

### 1.2.1. Vision :

Forts de notre esprit entrepreneurial, nous saisissons des opportunités de croissance et de diversification rentables pour devenir un acteur majeur en Afrique, en Europe et dans le bassin Méditerranéen.

### 1.2.2. Mission :

Contribuer au développement économique de l'Algérie et servir nos concitoyens.

### 1.2.3. Valeur :

Nos règles d'or sont : *intégrité, respect, initiative, solidarité*, s'inscrivent dans une philosophie et une pratique quotidienne de développement humain, de création de richesse et de protection de l'environnement au bénéfice de toutes les parties prenantes internes et externes de cevital :

- **Intégrité :**

Adopter une éthique professionnelle irréprochable, rejeter toute forme de corruption, agir avec une autre rigueur intellectuelle morale. Respect : Le respect est un principe que Cevital entend accorder et témoigner régulièrement et attentivement à ensemble de ses collaborateurs, des acteurs de la vie économique et sociale, de l'environnement interne et externe.

- **Respect :**

Le respect est un principe que cevital entend accorder et témoigner régulièrement et attentivement à ensemble de ses collaborateurs, des acteurs de la vie économique et sociale, de l'environnement Interne et externe.

- **Initiative :**

Aller au-delà des actions planifiées, anticiper les problèmes potentiels, imaginer et proposer des solutions innovantes

- **Solidarité :**

S'entraider mutuellement, se rendre disponible pour l'entreprise et les membres de

l'équipe, partager spontanément notre savoir et nos expériences.

### **1.3. L'historique de l'entreprise Cevital Agro-industrie :**

Créée en 1998 et implantée au sein du port de Bejaia, Cevital Agro-industrie dispose de plusieurs unités de production ultramodernes de sucre, corps gras, eau minérale, boissons et sauces. Elle couvre les besoins nationaux et a permis de faire passer l'Algérie du stade d'importateur à celui d'exportateur pour les huiles, les margarines et le sucre. Ses produits se vendent dans plusieurs pays, notamment en Europe, au Maghreb, au Moyen Orient et en Afrique de l'Ouest.

### **1.4. L'historique de l'entreprise Cevital S.P.A Elkseur :**

La conserverie d'Elkseur a été mise en activité en avril 1977 par la SO.GE.D.I.A. (Société de gestion et d'étude du développement des industries agroalimentaires) dans le but d'augmenter la production étant faible et d'absorber excédent en produits agricoles ; lors des restrictions du 1982, elle est devenue l'entreprise nationale des jus et des conserves (l'E.NA.JU.C.), divisée en filiale autonomes en 1998, CO.J.EK. (Conserves et jus d'EL KSEUR) est l'une de ces filiales jusqu'à 2007 ; à partir de cette année elle est devenue une filiale du groupe Cevital.

### **1.5. Situation géographique de Cevital S.P.A d'Elkseur :**

L'unité C.O.J.E.K. est située dans la commune d'EL KSEUR, à 25Km du chef-lieu de Bejaia et à quelque mètre de la zone ferroviaire, elle est implantée dans une région à vocation agricole à droite de la route nationale N°26 liant ALGER-BEJAIA. Tous ces caractères lui confèrent un emplacement stratégique favorable facilitant les opérations d'approvisionnement et de distribution des produits.

### **1.6. Activité de Cevital S.P.A d'Elkseur :**

L'activité de l'unité est la fabrication et la commercialisation de plusieurs produits, à savoir les jus sous la marque TCHINA (bouteille en verre et PET) et le TCO et des conserves des fruits (confiture d'abricot).

Sa capacité de production est de 20000 et 32000 bouteille/heure de jus, respectivement pour la bouteille verre 0,25 et PET 2 Let 4 à 6 tonne/heure pour les conserves.



## **1.7. Les missions de l'organigramme :**

### **1.7.1. Responsable d'unité :**

Le rôle de responsable de Cevital d'unité Elkseur est d'assurer le bon fonctionnement de l'unité, la coordination et l'encadrement des différents services afin d'aboutir à une meilleure fonctionnalité administrative de l'entreprise.

### **1.7.2. DRH :**

Le DRH définit et propose à la direction générale les principes de Gestion ressources humaines en support avec les objectifs du business et en ligne avec la politique RH groupe, Assure un support administratif de qualité à l'ensemble du personnel de Cevital, pilote les activités du social, assiste la direction générale ainsi que tous les managers sur tous les aspects de gestion ressources humaines, assure le recrutement, chargé de la gestion des carrières, identifie les besoins en mobilité, gestion de la performance et des rémunérations, assiste la direction générale et les managers dans les actions disciplinaires, participe avec la direction générale à l'élaboration de la politique de communication afin de développer l'adhésion du personnel aux objectifs fixés par l'organisation.

### **1.7.3. Méthodiste de production :**

Le méthodiste de production repère et étudie les dysfonctionnements, prend des mesures correctives et surveille leur mise en œuvre, Fournit une aide technique aux opérateurs et aux services qualité, études, production, il élabore et tient à jour les supports de suivie et d'information (nomenclatures, documentation technique,

### **1.7.4. Secrétaire industriel superviseur :**

Le secrétaire industriel superviseur hygiène, sécurité et environnement (HSE) a pour mission de réduire et de contrôler les risques professionnels tels que les accidents du travail, les maladies professionnelles, les risques écologiques (pollution, nuisances sonores) ou, parfois, l'espionnage industriel au sein de l'entreprise.

### **1.7.5. Gestionnaire des ressources humaine :**

Le gestionnaire RH assure le bon fonctionnement du service des ressources humaines et applique sa politique de gestion. Il a également pour mission de conseiller, d'orienter et d'informer les salariés. Sa mission est d'assurer le suivi des dossiers administratifs des salariés de l'entreprise, des intérimaires, de leurs contrats de travail et préparer les bulletins de

paie, Établir les déclarations auprès des organismes sociaux, préparer les fiches de paie et contrats de travail, Assurer le suivi administratif des dossiers du personnel, et possède des connaissances pointues en droit du travail, Utiliser les outils informatiques et les logiciels de paie, Assurer la retransmission des informations auprès de la Direction des Ressources Humaines et de la Direction Générale.

#### **1.7.6. Gestionnaire des stocks :**

Le Gestionnaire de stocks Le Gestionnaire de stocks occupe une place importante tant dans une entreprise commerciale que dans une entreprise industrielle. Il a pour mission principale de coordonner le stockage des marchandises en s'assurant de l'arrivage et des livraisons à effectuer. Il est essentiel, voire crucial, que ce spécialiste des stocks connaisse les produits, la demande et l'évolution du marché.

#### **1.7.7. Magasinier :**

Le magasinier réceptionne et stocke les produits des fournisseurs, les enregistre, opère le groupage ou le dégroupage des marchandises reçues et procède à leur entreposage. C'est avant tout un gestionnaire de stock. Il suit les instructions du chef magasinier et s'occupe de la préparation physique des commandes.

#### **1.7.8. Opérateur de production :**

L'opérateur de production travaille au sein d'une équipe chargée de diverses tâches (emballage, assemblage, fabrication, préparation, contrôle...). Il a pour mission de participer à la production de biens ou de services au sein d'une entreprise. Ses tâches peuvent varier en fonction de la nature de l'entreprise et de ses produits, mais voici quelques exemples de missions courantes d'un opérateur de production :

- Assurer le bon fonctionnement et la maintenance des équipements de production.
- Contrôler la qualité des produits fabriqués et effectuer les réglages nécessaires.
- Participer à l'amélioration des processus de production.
- Respecter les consignes de sécurité et les normes environnementales.
- Participer au chargement et au déchargement des matières premières et des produits finis.
- Réaliser des opérations de conditionnement et d'emballage.
- Suivre les ordres de production et tenir à jour les documents de suivi de production.

**1.7.9. Manutentionnaire :**

Le manutentionnaire a pour objectif de réaliser l'ensemble des opérations de manutention de marchandises, de produits ou d'objets qui sont stockés dans une entreprise. Il a pour principales missions d'effectuer des opérations de manutention, à savoir stocker, ranger ou encore déplacer des marchandises et produits à l'intérieur d'un entrepôt. Il effectue ces missions manuellement ou à l'aide d'engins non motorisés qui ne nécessitent pas d'autorisation de conduite (diabolo, transpalette, ...).

## 2. Présentation des données de la recherche :

- **Analyse des données personnelles :**

Suite à notre étude sur le lieu de l'enquête, nous avons pu collecter des informations, des données et des caractéristiques sur notre échantillon d'étude; cela à travers l'identification de ces variables qui nous permet d'avoir le maximum d'informations afin de vérifier nos hypothèses. La prise en compte des caractéristiques personnelles par rapport aux (poste occupé au sein de l'entreprise Cevital d'unité Elkseur, âge et depuis quand ils ont adhérer a l'entreprise). On a choisi un échantillon de 10 membres sur 190 membres des salariés de cette entreprise.

**Tableau 01 : La répartition de l'échantillon selon l'âge**

| Age          | Effectifs | Pourcentage |
|--------------|-----------|-------------|
| [20 - 30 [   | 02        | 20%         |
| [30 - 40 [   | 05        | 50%         |
| [40 - 50 [   | 03        | 30%         |
| <b>Total</b> | 10        | 100 %       |

**Source : réalisé par nous-mêmes.**

Le tableau ci-dessus nous montre les différentes catégories d'âge de nos enquêtés, D'après les résultats, nous observons que l'ensemble des membres enquêtés sont âgé de 24 ans à 49 ans.

La catégorie d'âge qui se situe entre]30 - 40[est représenté par 50%, elle est la catégorie la plus élevé par rapport aux autres,

La catégorie d'âge qui se situe entre [20 - 30 [est représenté par 20% ce qui signifie que les membres de cette catégorie sont les plus jeunes par rapport aux autres enquêtés.

A partir de tableau ci-dessous les membres enquêtés sont une variété de jeunes et de personnes âgé qui sont regroupé autour de travail a fin de construire une relation rigoureuse, dont on conclu que l'entreprise Cevital d'unité Elkseur emploie beaucoup plus la catégorie d'âge entre [30 - 40 [.

**Tableau 02 : La répartition de l'échantillon selon le genre**

| Genre        | Effectifs | Pourcentage |
|--------------|-----------|-------------|
| Homme        | 08        | 80%         |
| Femme        | 02        | 20%         |
| <b>Total</b> | 10        | 100%        |

Source : réalisé par nous-mêmes.

D'après le tableau ci-dessus, nous révèle le genre de notre population d'enquête, D'après les données de ce tableau, 80% des salariés de notre échantillon d'étude correspond au sexe masculin, et 20% correspond au sexe féminin, nous observons que le nombre de notre échantillon de Genre masculin est plus élevé avec un pourcentage de 80 %, que celui du Genre féminin avec un pourcentage inférieur de 20%.

L'entreprise Cevital d'unité Elkseur donne l'importance le sexe masculin vu que la nature de travail nécessite une force physique et le contacte avec la machine.

**Tableau 03 : La répartition de l'échantillon selon le niveau d'instruction**

| Niveau d'instruction | Effectifs | Pourcentage |
|----------------------|-----------|-------------|
| Primaire             | 00        | 00%         |
| Moyen                | 01        | 10%         |
| Secondaire           | 01        | 10%         |
| Universitaire        | 08        | 80%         |
| <b>Total</b>         | 10        | 100%        |

Source : réalisé par nous-mêmes.

Selon les données du tableau ci-dessus, le niveau d'instruction des salariés de Cevital d'unité Elkseur est réparti comme suit ; le niveau universitaire est le plus élevé avec un pourcentage de 80%, puis c'est le niveau secondaire et moyen avec un pourcentage de 10%.

On a constaté que cette entreprise donne l'importance au niveau universitaire avec un pourcentage de 80% revenant à la performance de travail

**Tableau 04 : La répartition de l'échantillon selon la catégorie socioprofessionnel**

| Catégorie socioprofessionnel | Effectifs | pourcentage |
|------------------------------|-----------|-------------|
| Cadre                        | 03        | 30%         |
| Maitrise                     | 03        | 30%         |
| Exécution                    | 04        | 40%         |
| Total                        | 10        | 100 %       |

**Source : réalisé par nous-mêmes.**

On remarque dans le tableau ci-dessus que le nombre des exécutant est plus élevé avec un pourcentage de 40%, que celui des cadres et maîtrise et on constate que ces deux derniers le nombre est égale avec un pourcentage de 30%.

La catégorie d'exécution et maîtrise dont y'en a beaucoup parce que ils ont le même travail car le nature de l'entreprise se base sur la pratique, donc c'est obliger d'avoir le nombre de cadre moins que maîtrise et exécution.

La nature de travail de l'entreprise exige d'avoir beaucoup de salaries qui font de la pratique plus que ce qui travail dans la responsabilité « cadre », donc ils basent sur la pratique sur la catégorie maîtrise et exécution.

Il ya un équilibre entre cadre et maîtrise dans notre recherche parce que on a essayé d'équilibrer et de toucher tout les catégories dans la fonction hiérarchique

**Tableau 05 : La répartition de l'échantillon selon l'ancienneté**

| L'ancienneté des enquêtés /Ans | Effectifs | pourcentage |
|--------------------------------|-----------|-------------|
| [1 - 5]                        | 05        | 50%         |
| [6 - 10]                       | 02        | 20%         |
| [11 - 15]                      | 02        | 20%         |
| [16 et plus                    | 01        | 10%         |
| Total                          | 10        | 100%        |

**Source : réalisé par nous-mêmes.**

Les résultats obtenus dans ce tableau, indiquent la répartition de nos enquêtés selon leur ancienneté dans l'entreprise Cevital d'unité EIKseur. Sachant que le plus grand pourcentage est de 50% pour ceux qui ont 1 à 5 ans d'ancienneté avec 5 effectifs, suivi d'une deuxième

tranche ayant 6 à 10 ans et 10 à 15 ans d'ancienneté avec 20% réalisée par 2 effectifs, et en fin nous avons 1 salarié qui a 16ans et plus d'ancienneté au sein de cette entreprise avec un pourcentage de 10%

A défaut, l'ancienneté peut être définie comme étant « la période d'emploi du salarié dans l'entreprise qui s'écoule entre sa date d'entrée et sa date de sortie ». <sup>44</sup>

On constate que le taux des enquêtés qui ont de 1 à 5 ans et de 6 à 10 ans est plus élevé que ceux qui ont une période de 16 ans et plus, et cela se justifie par le temps de présence pendant lequel des salariés a été occupé dans l'entreprise.

Y'a comme même une ancienneté mais les fonctionnaires en générale ne sont pas expérimentés beaucoup parce qu'on a le pourcentage de 50% pour ce qui ont entre [1-5] ans, l'entreprise recrute les jeunes par rapport a la catégorie d'âge.

**Tableau 06 : Tableau de répartition des codes aux enquêtés**

| Catégories socioprofessionnelle | Poste occupé                               | Code         |
|---------------------------------|--|--------------|
| Cadre                           | Le responsable d'unité                     | Enquêté n°01 |
| Cadre                           | Le responsable des RH                      | Enquêté n°02 |
| Cadre                           | Méthodiste de production                   | Enquêté n°03 |
| Agent de maitrise               | Secrétaire industrielle<br>superviseur HSE | Enquêté n°04 |
| Agent de maitrise               | Gestionnaire des RH                        | Enquêté n°05 |
| Agent de maitrise               | Gestionnaire des stockes                   | Enquêté n°06 |
| Agent d'exécution               | Magasinier                                 | Enquêté n°07 |
| Agent d'exécution               | Opérateur de production                    | Enquêté n°08 |
| Agent d'exécution               | Manutentionnaire                           | Enquêté n°09 |
| Agent d'exécution               | Agent polyvalent                           | Enquêté n°10 |

Source : réalisé par nous-mêmes.

<sup>44</sup> <https://www.gereso.com/actualites/2012/04/10/paye-la-prise-en-compte-de-l-anciennete/>, consulté le 17/05/2023 à 21h25

# **Chapitre 06 :**

# **Présentation**

# **des résultats**



## Chapitre 06 : Présentation des résultats

- **Analyse et interprétation des données :**

A travers cette section nous procédons à analyser les contenus descriptifs des données recueillies au cours de notre entretien auprès de notre échantillon. Cette analyse contient deux axes principaux, qui nous permettront de répondre à la question centrale qui compose notre problématique de recherche et confirmer ou infirmer nos hypothèses.

### **Axe 01 : Données relatives aux généralités sur la communication organisationnelle et les moyens les plus efficaces au sein de l'entreprise Cevital.**

Dans cet axe nous essayons de déterminer les données et les informations sur les moyens de communication de Cevital d'unité Elkseur, nous cherchons à comprendre : la communication organisationnelle, ses moyens de communication, le genre de contenus, ainsi que les causes de malentendu entre les salariés.

#### **Question 01 : Qu'est ce que la communication organisationnelle représente pour vous ?**

Selon l'enquête n°01 : « C'est la communication qui se déroule dans les organisations, Cette approche est conventionnelle, elle voit et change radicalement les manières de comprendre les interactions humaines et la vie organisationnelle, et ouvre de nouvelle possibilité pour la recherche et la pratique ».

Selon l'enquête n°02 : « La communication organisationnelle l'un des maillons fort de l'entreprise Cevital. Sans la communication organisationnelle peut y'arriver un impact sur la production et avoir un mauvais climat social ».

Selon l'enquête n°03 : « la communication organisationnelle est une conception informationnelle de l'organisation et je vois qu'elle n'est pas comme étant simplement un transfère d'information mais un processus fondamentale qui façonne notre réalité social ».

Selon l'enquête n°04 : « La communication dans les organisations est un système absolument efficace, nous pouvons dire aussi que si l'organisation ne communique pas la bonne information au salariés au bon moment deviendra un problème ».

Selon l'enquête n°05 : « La communication organisationnelle ce n'est pas parce que elle se déroule dans les organisations mais plutôt parce qu'elle organise les activités et les interprétations de plusieurs personne en une forme reconnaissable et qui maintient de

modifier cette forme pour permettre une action collective par l'échange des informations. »

Selon l'**enquête n°06** : « c'est l'ensemble des activités de communications que l'on voit en visitant n'importe quelle organisation que ce soit Cevital ou autre, et elle représente un type de communication informative par les différents moyens qu'elle utilise l'entreprise ».

Selon l'**enquête n°07** : « La communication organisationnelle permet d'étudier des réalités organisationnelles au lieu de les prendre pour acquis ».

Selon l'**enquête n°08** : « la communication organisationnelle est un échange d'information qui permet d'explorer des manières de rendre les organisations plus équitable et plus productive grâce à une communication qui encourage l'innovation et la collaboration ».

Selon l'**enquête n°09** : « je vois que cette communication nous permet de connaître sur les différentes formes d'information de pouvoir, des normes de fonctionnement, de tout nouvelles qui se déroule au sein de l'entreprise et surtout les informations concernant ma tâche au travail ».

Selon l'**enquête n°10** : « Je dis que cette communication organisationnelle nous permet de mettre en commun une idée, une information, une attitude et de rester motivé dans le but d'informer, d'organiser, et d'assurer la cohésion dans l'entreprise ».

D'après les réponses des enquêtes, la communication organisationnelle est :

- Un changement des interactions humaines et la vie organisationnelle ;
- Une conception informationnelle ;
- Un processus fondamental de la réalité social ;
- Un système efficace ;
- Une action collective par l'échange des informations ;
- Des activités de communications ;
- Etude des réalités organisationnelles ;
- Un échange d'information ;
- L'innovation et la collaboration ;
- Mettre en commun une idée, une information, une attitude ;
- Assurer la cohésion.

La communication organisationnelle représente la clé pour qu'une entreprise réalise les objectifs déterminés. L'entreprise Cevital d'unité Elkseur vise à informer les salariés à travers la communication organisationnelles des activités et des besoins de l'entreprise par les moyens de communication, comme : des notes de service, afin de développer sa notoriété dans la société.

La communication organisationnelle vise à favoriser le bon climat social au sein de l'entreprise.

**Question 02 : De quelle manière la communication organisationnelle influe sur la satisfaction des salariés ?**

Selon l'enquête n°01 et l'enquête n°02 : la communication organisationnelle influe positivement sur la satisfaction des salariés car c'est la clé de leurs motivation et d'implication au sein de l'entreprise ».

Selon l'enquête n°03 : je vois qu'elle influe positivement car nous avons vu une grande réussite dans les échanges d'informations entre les salariés ».

Selon l'enquête n°04 : cette communication influe positivement sur les salariés voyant que y'a une forte relation entre les salaries et ce qui a enchainé vers un meilleur engagement et performance ».

Selon l'enquête n°05 : « un sucées de partage et d'échange d'information et de culture d'entreprise et implication de travail ».

Selon l'enquête n°06 : « la communication organisationnelle influe positivement sur la satisfaction des salariés vu que la qualité de vie au travail est amélioré et la favorisation d'un sentiment d'appartenance ».

Selon l'enquête n°07, l'enquête n°08, l'enquête n°09, et l'enquête n°10 : « la communication organisationnelle influe positivement sur la satisfaction des salariés parce que elle a créé un environnement encourageant, en favorisant des pratiques de communication efficaces ».

Selon les réponses des enquêtés, la communication organisationnelle donne :

- La positivité ;
- La clé de motivation et d'implication des salariés ;
- Une grande réussite dans les échanges d'informations ;
- Une forte relation entre les salaries ;
- Un meilleur engagement et performance ;
- L'amélioration de la qualité de vie au travail ;
- La favorisation d'un sentiment d'appartenance ;
- Un environnement encourageant.

Donc cette communication influe positivement sur la satisfaction des salaries, ce qui a

entraîné la réussite au travail de l'entreprise et la motivation de ses salariés.

Cela signifie que cette communication c'est un encouragement pour s'adapter à l'environnement de l'entreprise et effectuer des échanges des relations entre toutes les salariés

**Question 03 : Quels sont les moyens de communication que vous utilisez pour les besoins informationnels ?**

Selon l'enquête n°01 : « la communication est cascadié à tout les niveaux, beaucoup de moyens de communication qui ont été utilisé, y'a de la communication par email, ya de la communication par workshop, par des séminaires, par téléphone, avec l'utilisation de la digitalisation dans l'entreprise par la mise au point de beaucoup de logiciel de communication dont il ya coswin, qualipro, workflow, kelio ».

Selon l'enquête n°02 : « La communication est géré comme suit : l'information doit être sur et fiable on utilisant des procédures (un compte rendu, réunion,...), l'information est géré chaque jours, la réunion permet aussi de géré la communication selon le niveau hiérarchique de l'entreprise. Parmi les moyens les plus utilisé au moins utilisé : la messagerie (email), l'affichage, le téléphone, SMS, réseaux sociaux, réseau intranet ».

Selon l'enquête n°03 : « ici au Cevital les moyens de communication utilisé représentent l'ensemble des techniques directes avec les salariés qui permet d'obtenir et d'activer un maximum de points de contacts dont on a les réseaux sociaux, l'email ou Outlook , les affichages, on possède aussi un logiciel appelé CEVreport. »

Selon l'enquête n°04 : « il ya une politique qui était développé au sein de Cevital par rapport à la communication organisationnelle concernant les moyens de communication dont on a la messagerie, Outlook, information à l'instante, management visuel, les tableaux d'affichages, cellule RH ».

Selon l'enquête n°05 : « Automatiquement les salariés d'entreprises ont besoin de l'information appropriée, au moment opportun ce qu'il lui permet de choisir, de prendre des décisions et d'agir selon le contenu d'un message transmet, on trouve parmi ces moyens de communication qui diffuse l'information : la messagerie, Outlook, les réseaux sociaux, logiciels, les affichages ».

Selon l'enquête n°06 : « En tant que cadre, agent maîtrise ou agent d'exécution, sa carrière dépendra beaucoup de sa capacité à bien communiquer par les moyens de communication offert par l'entreprise tel que la messagerie électronique, l'intranet, les panneaux d'affichage, des réunions, Cevital suit se système d'information lui-même pour un intérêt commun ».

Selon l'enquête n°07 : « Notre entreprise Cevital utilise les moyens de communication qui sont des techniques directes pour transmettre l'information aux salariés qui ne peut donc pas être négligée ou laissée au hasard. Parmi ses moyens on a la messagerie (email), l'intranet, les panneaux d'affichage ».

Selon l'enquête n°08 : « Pour faire passer une information, Cevital diffuse son message au travers d'un canal de communication et le choix de ces moyen s'effectue principalement en fonction de salarié dont ils s'agit de la messagerie, les tableaux d'affichage et par voix oral par le responsables (chef de ligne) ».

Selon l'enquête n°09 : « Les moyens de communication sont des méthodes utilisées pour transmettre efficacement un message au salariés, aussi bien en communication orale ou qu'en communication écrite. Nous avons la messagerie électronique, les affichages, les réseaux sociaux ».

Selon l'enquête n°10 : « ici dans cette entreprise, chaque département communique d'une certaine manière.de différents moyens que se sois des affichages ou la messagerie ou des réseaux sociaux mais Des informations plus ou moins importantes doivent circuler et être transmises en temps et en qualité ».

Selon les réponses de nos enquêtes, par rapport aux moyens de communication :

- Beaucoup de moyens de communication ;
- La communication par messagerie électronique, workshop, des séminaires, téléphone, affichage, réseau intranet, réseaux sociaux, information a l'instante, management visuel, cellule RH, des réunions et par voix oral par le responsables (chef de ligne) ;
- L'utilisation de la digitalisation ;
- La mise au point de beaucoup de logiciel de communication : coswin, qualipro, workflow, kelio, logiciel appelé CEVreport ;
- L'information doit être sur et fiable par un compte rendu, réunion,... ;
- Des techniques directes ;
- Un intérêt commun ;
- Le choix de ces moyens selon la fonction de salarié ;
- Des méthodes utilisées pour transmettre efficacement un message aux salariés.

Nous avons constaté que l'entreprise Cevital d'unité Elkseur a met en disposition de différents moyens de communication. Ce qui a permet la facilité de partage d'information, des idées et de construire de forte relation ainsi de développer la manière des échange entre eux,

par cela les salariés purent a partagé avec nous les moyens utilisé au sein de l'entreprise, dont on a : par voix orale (direct), la messagerie électronique, les panneaux d'affichages, l'intranet, les logiciels, les réseaux sociaux.

**Question 04 : Quel est le moyen favorisez-vous pour se communiquer, pourquoi ?**

Selon l'enquête n°01 : « pour moi c'est la communication verbale qui est très proche et la digitalisation par des logiciels, des applications sur téléphone portable concernant l'entreprise comme un groupe de discussion sur whatsapp ».

Selon l'enquête n°02 : « je dis que c'est l'email, d'ailleurs au niveau de DRH (direction des ressources humaines) se transmet une note d'information par un moyen qui est la messagerie électronique ».

Selon l'enquête n°03 : « le moyen le plus favori c'est la messagerie électronique car elle permet en effet d'améliorer la qualité de la communication, de mieux gérer les échanges, des contacts, et des tâches à réaliser ».

Selon l'enquête n°04 : « l'affichage est le moyen le plus favori dont j'avoue qu'il veille à valoriser l'image de l'entreprise et aussi valorise et met en valeur le message ou l'information diffusé ».

Selon l'enquête n°05 : « concernant le système informationnel d'ici Cevital je sélectionne l'email (la messagerie électronique) parce qu'il garde la grande forme, On peut tout partager par email, sous forme de pièces jointes ».

Selon l'enquête n°06 : « pour moi le moyen le plus favori c'est l'email car il est bon à tout faire de la communication organisationnelle ».

Selon l'enquête n°07 : « parmi les moyens de communication je favorise la messagerie électronique puisque il est le mieux à gérer les échanges sur quelque soit le types d'information ou autre ».

Selon l'enquête n°08 : « je dis la communication direct par des responsables ou chef de ligne c'est-à-dire par voix oral, d'ailleurs nous ne sommes pas trop concerné par la technique de l'email ».

Selon l'enquête n°09 : « de mon coté je désigne la messagerie électronique, c'est un bon moyen d'en augmenter l'intérêt et qui contribue également au bon fonctionnement de l'entreprise ».

Selon l'enquête n°10 : « par rapport a tout les moyens de communication de cette entreprise je dis les panneaux d'affichage parce que c'est un moyen visible de loin et Il permet ainsi a

l'entreprise d'informer les salariés sur tout les informations ».

D'après les réponses des enquêtés, chacun à donner le moyen le plus favoris et a justifie son choix qui revient sur toutes les moyens de communication organisationnelle de l'entreprise qui se diversifie de :

- La communication verbale, la digitalisation par des logiciels et des applications sur téléphone portable ;
- La messagerie électronique permet de mieux gérer les échanges et d'améliorer la qualité de la communication ;
- L'affichage, un moyen visible de loin veille à valoriser l'image de l'entreprise et l'information diffusé.

On a remarqué d'après leurs réponse que le moyen le plus choisi par les salariés c'est la messagerie électronique vu son importance qui leur facilite le partage d'information et les échanges et vient ensuite l'affichage.

**Question 05 : Est-ce que ces moyens de communication vous permet de bien recevoir tout les messages concernant les informations de votre entreprise et d'être plus proche d'elle?**

Selon l'enquêté n°01 : « oui, très actif dans la majorité des cas mais pas toujours, dont parfois ca nous échappe mais la majorité a 90% l'information est bien reçu, en effet parfois y'a des informations concernant Cevital nous les savons après en découvrant sur la TV ».

Selon l'enquêté n°02 : « oui, les informations sont bien reçu, je suis informé de tout ce qu'il faut être informé au d'autre terme de tout ce qu'il faut savoir, Y'a des moments où les salariés qui reçoit des informations avant les responsable lorsqu'il ya un manque de communication verbal».

Selon l'enquêté n°03 : « oui, ça me permet de bien recevoir toutes les messages concernant les informations de l'entreprise de façon uniforme et contrôlée. Tout le temps, tous les weekends ».

Selon l'enquêté n°04 : « oui, je reçois toutes les informations concernant l'entreprise par l'affichage et le système informatisé Outlook dont la direction générale utilise pour envoyé quelque chose au salariés ».

Selon l'enquêté n°05 : « puisque je valide que y'a une bonne communication organisationnelle, je dirai oui, je reçois facilement toutes les informations nécessaire de

l'entreprise et ce qui ma rendu plus proche d'elle ».

Selon l'enquête n°06 : « oui, la réception des messages informationnelle cependant est parfaite pour le moment au sein de Cevital pour mon coté en termes de compréhension et d'influence »

Selon l'enquête n°07 : « oui, je confirme que ces moyens de communication me permet de bien recevoir toutes les messages concernant les informations de cette entreprise et d'être plus proche d'elle ».

Selon l'enquête n°08 : « oui, je vous réponds que ya une bonne communication et automatiquement les informations je les reçois convenablement d'ailleurs ce qui me rend plus proche d'elle ».

Selon l'enquête n°09 : « oui, je prouve que les informations sont bien reçu par ces moyens de communication et le plus normalement possible ».

Selon l'enquête n°10 : « oui, je rassure que je reçois les informations nécessaire toujours et facilement concernant Cevital ».

Selon les réponses des enquêtés, ces moyens :

- Très actif, l'information est bien reçue ;
- Recevoir les informations de l'entreprise de façon uniforme et contrôlée ;
- Une bonne communication organisationnelle ;
- La réception des messages informationnelle cependant est parfaite ;
- Permet d'être plus proche de l'entreprise.

Donc les moyens de communications ont leur permet de bien recevoir tout les messages concernant les informations de Cevital d'unité Elkseur et d'être plus proche d'elle, c'est le résultat qu'il y a une bonne communication organisationnelle. Cela signifie la confiance et la performance positive des salariés envers l'entreprise.

**Question 06 : Donnez un exemple d'une nature de messages que vous recevez ?**

Selon l'enquête n°01 : « en tant que responsable d'unité je reçois une note d'information a ma messagerie électronique de la direction général a fin d'être invité pour assister a une commission sise a Alger , et parfois je reçois des information par téléphone et je lis combien de TRS, de rendement de la ligne, combien ils ont produit, combien de revue,... ».

Selon l'enquête n°02 : « un mail qui m'informe a faire rassembler les salariés a la salle de réunion pour être assuré que l'information qui était déjà envoyé a été transmise pour tout le



monde ».

Selon l'enquête n°03 : « note de service pour porter a ma connaissance que les horaires de travail du mois de ramadhan seront modifiées a dater du premier jour jusqu'a la fin du mois sacré ».

Selon l'enquête n°04 : « un panneau d'affichage qui nous informe sur les exigences et des consignes de la porté des casques de protection ».

Selon l'enquête n°05 : « une note de service pour informé de l'arrivé d'un nouveau salarié dans notre entreprise ainsi son poste et ses missions afin de lui réservé un accueil sympathique »

Selon l'enquête n°06 : « note d'information sur la mise en place d'un nouvel intranet qui sera opérationnel et qui permet d'accéder de nouvelles fonctionnalités et de favoriser les échanges entre les salariés ».

Selon l'enquête n°07 : « j'étais déjà informé sur ma boite email pour pouvoir assister a une journée sur la sécurité avec nos enfants».

Selon l'enquête n°08 : « j'ai reçu déjà une note de service pour rappeler sur le port des équipements de sécurité est obligatoire dans l'enceinte de l'entreprise ».

Selon l'enquête n°09 : « en consultant mon téléphone, je trouve une note d'information écrite sur un message envoyé par SMS a mon numéro de téléphone sur le Covid-19 pour une visite médical qui est obligatoire ».

Selon l'enquête n°10 : « une note d'information sur la journée de sensibilisation contre la contamination et sur les dispositions légales et les mesures concernant la préservation de la santé et de la sécurité au sein de l'entreprise ».

D'après les réponses des enquêtés, se trouve différents nature d'information dont il y'a :

- Une note d'information sur email a assisté à une commission ;
- Un email pour rassembler les salariés a la salle de réunion ;
- Une note de service sur les changements des horaires pendant le ramadan ;
- Un panneau d'affichage qui informe sur la sécurité ;
- Une note de service sur l'arrivé d'un nouveau salariés ;
- Une note d'information sur la mise en place d'un nouvel intranet ;
- Un email informe sur la journée sur la sécurité avec nos enfants ;
- Une note d'information sur l'obligation d'une visite médicale sur le Covid-19 ;
- Une note d'information contre la contamination.

Donc la nature de genre de message qu'ils reçoivent se différent l'un de l'autre, ce genre de

message a mené aux échanges et a la création du bon climat social.

Les salariés s'informent de différentes manières dont ils avaient des notes d'information, des notes de service, les informations sur des unités de production,...

**Question 07 : Comment gérez-vous les malentendus (conflits) au sein de votre entreprise ?**

Selon l'enquête n°01, l'enquête n°02, l'enquête n°03, l'enquête n°04, l'enquête n°05, l'enquête n°06, l'enquête n°07, l'enquête n°08, l'enquête n°09, l'enquête n°10 : il ya pas vraiment de conflit ce n'est que certains exceptions légère dont les enquêtés partagent même avis qu'on va généraliser leurs réponse dans des points :

- Si il ya un manque de communication entre un salarié et un autre salarié un malentendu qui va grandir et devient ensuite un conflit ;
- Y'a des moments ou les salariés qui reçoit des informations avant les responsable lorsqu'il ya un manque de communication verbal ;
- Si l'information n'arrivent pas et y'a une mauvaise circulation des messages donc automatiquement y'aura le manque de satisfaction des salariés ;
- La mauvaise communication, c'est-à-dire si la communication n'est pas fluide, si on ne communique pas bien ;
- La pression de travail, c'est-à-dire la charge ;
- Les affectations des taches ;
- Parfois un malentendu revient au comportement du salarié ;
- Les problèmes qui arrivent aux outils de communication ;
- Parfois ya des choses qui arrive au terrain on arrive en retard à les savoir.

Nous constatant que y'a pas autant de conflits, cela signifie le bon fonctionnement de la communication organisation et ce qui influe sur leurs satisfaction et l'idéal serait bien sûr de pouvoir éviter toute forme de polémique et de mésentente au travail. En effet, c'est d'apprendre plutôt à gérer et résoudre les conflits existants entre eux grâce a l'aide de cette communication.

**Axe 03 : L'influence La communication organisationnelle sur la satisfaction des salariés au sein de l'entreprise Cevital d'unité Elkseur.**

**Question 01 : Est-ce que y a-t-elle une grande influence de la communication organisationnelle sur la satisfaction des salariés ?**

Selon l'enquête n°01 : « je constate que cette communication a permis de fortes relations entre les salariés, ce qui vise à promouvoir la satisfaction valorisante des salariés au sein de l'entreprise ».

Selon l'enquête n°02 : « je confirme que ya une grande influence de La satisfaction des salariés ce qui a permis d'améliorer leur mentalité vis-à-vis de leurs tâches, de l'entreprise ».

Selon l'enquête n°03 : « Le bonheur et la satisfaction des salariés est devenu un enjeu crucial dans l'organisation, donc selon les salariés de Cevital je dis qu'il ya une grande influence ce qui le rend plus motivé et en fin beaucoup plus active à l'entreprise ».

Selon l'enquête n°04 : « nos salariés placent la bonne communication organisationnelle dans le top des raisons qui les poussent à rester au sein de notre entreprise. Et ça ce qui nous permet à vrai dire que ya une grande influence sur la satisfaction des salariés ».

Selon l'enquête n°05 : « Oui y'a une grande influence sur la satisfaction des salariés, car ils améliorent leur performance grâce à cette communication, dont l'entreprise vise à assurer le bien-être de ses salariés ».

Selon l'enquête n°06 : « Oui il y'a une grande influence sur la satisfaction des salariés parce que sont mis dans des conditions favorables de la communication organisationnelle, et ils ont eu une facilité et les possibilités d'avancement professionnel ».

Selon l'enquête n°07 : « j'avoue que y'a une grande influence, d'ailleurs ce qui a permis de réduire, anticiper et aménager la charge de travail et faciliter la réception d'information pour chacun des salariés ».

Selon l'enquête n°08 : « oui, car cette grande influence de la communication organisationnelle sur la satisfaction des salariés à donner une volonté d'amélioration et d'avancement dans la tâche de chaque salariés au sein de Cevital ».

Selon l'enquête n°09 et n°10 : « il y'a une grande influence sur la satisfaction des salariés, en voyant que toutes les salariés reçoivent des informations convenablement avec tous les moyens disponibles ainsi la bonne gestion de l'entreprise ».

Selon les réponses des enquêtes, oui ya une grande influence de la communication organisationnelle sur la satisfaction des salariés vu que y'a :

- De fortes relations entre les salariés ;
- La satisfaction valorisante ;
- Une grande influence de la satisfaction des salariés ;
- La satisfaction des salariés est un enjeu crucial ;
- L'amélioration de la performance des salariés ;
- Le bien-être de ses salariés ;
- Des conditions favorables de la communication organisationnelle ;
- Une facilité et les possibilités d'avancement professionnel ;
- Facilité la réception d'information ;
- La bonne gestion de l'entreprise.

Donc, cette grande influence sert à l'augmentation de sentiment d'appartenance des salariés à l'organisation et déploie ainsi tous leurs efforts afin de la mettre à niveau et de l'amener au plus haut niveau. Il rend les salariés confiants dans l'organisation et leur donne ainsi une stabilité d'emploi qui affecte positivement l'exécution du travail qui leur est demandé grâce au suivi de cette communication organisationnelle.

### **Question 02 : Quel rôle joue cette communication au sein de votre entreprise ?**

Selon l'enquête n°01 : « Le rôle de la communication organisationnelle est de transmettre des informations au bon moment et de rendre visible l'avenir de l'entreprise, de renforcer la cohésion des équipes ».

Selon l'enquête n°02 : « La communication organisationnelle est un système présent dans toutes les entreprises, joue un rôle important voire décisif dans la transmission des informations et l'adhésion des salariés aux décisions stratégiques ».

Selon l'enquête n°03 et l'enquête n°04 : « La communication organisationnelle permet de motiver les salariés et de créer un sentiment d'appartenance. En donnant des repères pour faire comprendre à chacun qu'il fait partie d'une entreprise ».

Selon l'enquête n°05 : « Le rôle de la communication organisationnelle consiste à gérer de manière optimale les informations dans l'entreprise. Sa veuille dire que les messages qu'elle produit doivent être reçus et compris, ils doivent passer pour chaque salarié ».

Selon l'enquête n°06 : « La communication organisationnelle a un rôle qui permet la visibilité des informations et l'implication des salariés, c'est à dire de faire partager toutes les informations et adhérer ces derniers ».

Selon l'enquête n°07 : « Développer de nouveaux comportements a vrais dire favoriser l'adaptation des salariés, anticiper davantage afin de rendre les salariés acteurs en domaine d'information ».

Selon l'enquête n°08 : « Elle est importante car elle permet de transmettre des informations et visant à résoudre des problèmes communs ».

Selon l'enquête n°09 : « La communication organisationnelle constitue un élément important et Indispensable au sein de l'entreprise. Elle permet la circulation des informations nécessaires ».

Selon l'enquête n°10 : « Elle permet d'assurer le bon fonctionnement de l'unité grâce à tous les moyens de communication mis à sa disposition, Aussi elle renforce la considération et le respect mutuel entre les salariés ».

Selon les réponses des enquêtés, le rôle de la communication organisationnelle se diffère de l'un à l'autre :

- La transmission des informations au bon moment ;
- Rendre visible l'avenir de l'entreprise ;
- Renforcer la cohésion des équipes ;
- Un rôle important dans la transmission des informations ;
- La motivation les salariés et la création d'un sentiment d'appartenance ;
- Gérer de Manière optimale les informations dans l'entreprise ;
- La visibilité des informations et l'implication des salariés ;
- Favoriser l'adaptation des salariés ;
- Un élément important et Indispensable ;
- Le bon fonctionnement de l'unité ;
- Le respect mutuel entre les salariés.

Donc la communication organisationnelle joue un rôle très important, elle ne l'est pas moins dans la vie des entreprises. Le succès de toute entreprise dans la réalisation de ses objectifs est étroitement lié au succès du processus de communication à l'intérieur et à l'extérieur de celui-ci. Elle est le plus souvent pratiquée au niveau des relations professionnelles et le partage d'informations au travail. Cela a donné la réussite de l'entreprise en raison d'une bonne communication entre les salariés.

**Question 03 : Comment vous arrivez à gérer cette communication ?**

Selon l'enquête n°01 : « Nous avons géré cette communication a base d'échange des informations sans brouiller le message et d'assurer une bonne gestion des flux informationnels au sein de l'entreprise ».

Selon l'enquête n°02 : « pour mieux gérer cette communication tout d'abord créer une bonne ambiance afin de pouvoir solliciter un meilleur rendement pour une communication efficace qui permet d'obtenir plus rapidement ce qu'on attend de chaque salarié de l'entreprise ».

Selon l'enquête n°03 : « De base, pour gérer cette communication il faut instaurer une culture d'entreprise basée sur le respect mutuel ou l'estime de l'autre c'est un critère primordial pour pouvoir communiquer ».

Selon l'enquête n°04 : « Pour arrivez mieux a gérer la communication quel que soit le lien hiérarchique, chacun doit respecter l'autre et les salariés doivent tout mettre en œuvre pour améliorer la communication ».

Selon l'enquête n°05 et l'enquête n°06 : « Pour établir une bonne communication entre les salariés il est important de s'intéresser aux différentes formes de communication afin de bien les utiliser ».

Selon l'enquête n°07 : « Afin d'éviter des conflits inutiles, de produire un travail de meilleure qualité, il est impératif de faire suivre un bon plan communicatif a l'aide des moyens de communication ».

Selon l'enquête n°08 : « Les salariés de Cevital doivent être bien entendu, être réalisables et connaître son rôle a fin de faciliter la communication et de mettre de la valeur pour cette dernière ».

Selon l'enquête n°09 et l'enquête n°10 : « Dans notre entreprise Il est important d'être à l'écoute des autres et de ne pas porter de jugement pour facilité l'opération de communication, Chacun travaille et pense différemment, il est possible d'apprendre des autres et de trouver ensemble la meilleure solution pour atteindre l'objectif fixé ».

Selon les réponses des enquêtés la gestion de la communication organisationnelle est comme suit :

- L'échange des informations sans brouiller le message ;
- Assurer une bonne gestion des flux informationnels ;
- Créer une bonne ambiance pour une communication efficace ;
- Le respect mutuel ;
- Les salaries doivent mettre en œuvre ;
- Intéresser aux différentes formes de communication ;

- Suivre un bon plan communicatif ;
- Etre à l'écoute des autres et ne pas porter de jugement.

Donc il est nécessaire d'informer et d'établir des formes de communication Afin d'éviter des conflits inutiles avec les salariés, c'est important de partager des idées et des informations convenablement et au bon moment pour atteindre l'objectif de la satisfaction de ces salariés et augmenter le respect et la motivation et cela signifie que y'a une communication efficace au sein de Cevital d'unité Elkseur et bien gérer.

**Question 04 : Quelle est l'importance de la communication organisationnelle dans la création d'un bon climat social entre les salariés ?**

Selon l'enquête n°01, l'enquête n°02, l'enquête n°03 : « la communication organisationnelle est importante pour faciliter l'exécution des tâches. Parce que c'est à travers la communication organisationnelle les salariés connaissent les tâches qu'ils doivent exécuter et tout ce qu'il faut savoirs, ainsi elle vise à créer un bon climat entre les salariés qui est considérée comme une nécessité dont on ne peut s'en passer pour réaliser toutes les fonctions de l'organisation, Planification, organisation, prise de décision, la surveillance,... ainsi de partager des portes ouvertes aux salariés pour leur satisfaction ».

Selon l'enquête n°04 : « elle permet de bien gérer l'entreprise dans tout les coté et de rendre toutes les informations destinées aux salariés bien visible et bien communiquer afin d'atteindre l'objectif de leur satisfaction et d'un bon climat sociale ».

Selon l'enquête n°05 : « elle occupe une place primordiale, on ne peut pas imaginer le fonctionnement d'une activité sans la présence d'information, comme apparaît son utilité à travers le temps que met la direction pour appliquer cette communication organisationnelle ».

Selon l'enquête n°06 : « Par rapport à nous une bonne communication organisationnelle permet d'établir des relations florissantes et de fournir aux membres des salariés l'information nécessaire pour contribuer au succès de l'entreprise ».

Selon l'enquête n°07 : « L'importance de la communication organisationnelle permet une information rapide, la motivation et la réception importante des connaissances et des informations de Cevital ».

Selon l'enquête n°08 : « La communication organisationnelle est la pierre angulaire de l'entreprise. Elle requiert de la planification. Son application est vaste, évolutive et mène au succès lorsqu'elle est bien employée ».

Selon l'enquête n°09 : « un facteur de communiquer et d'échanger entre les salariés, et d'éviter l'exclusion de la vie sociale et collective de l'organisation entre eux ».

Selon l'enquête n°10 : « je pense que la communication organisationnelle est considéré comme un moyen de répondre aux besoins de tout les salariés en information et en communication dont on ne peut pas se passer ».

Selon les réponses des enquêtés, l'importance de la communication organisationnelle est :

- Faciliter l'exécution des tâches ;
- Créé un bon climat entre les salariés ;
- Gérer l'entreprise dans tout les coté ;
- Occupe une place primordiale ;
- Etablir des relations florissantes ;
- Fournir aux salariés l'information nécessaire ;
- Une information rapide et la motivation ;
- La réception importante des connaissances et des informations de Cevital ;
- La planification ;
- Eviter l'exclusion de la vie sociale et collective.

Nous avons constaté que la communication organisationnelle a une importance primordiale et indispensable dans la création d'un bon climat social entre les salariés, vu que c'est un facteur de communiquer et d'échanges entre les salariés et qui pousse à réaliser toutes les fonctions de l'organisation grâce a l'objectif de leurs satisfaction et d'un bon climat sociale pour contribuer au succès de l'entreprise.

### **Question 05 : Quels sont les obstacles qui entravent la communication organisationnelle au sein de votre entreprise ?**

Selon les dix enquêtés nous allons citer certains points des obstacles qui entravent la communication organisationnelle au sein de Cevital qui sont comme suit :

- Ce qui est appelé « malentendus » de la communication sont souvent un obstacle
- En communication, parmi ses obstacles on désigne les bruits, les interférences diverses au sein de l'entreprise qui peuvent perturber ou dégrader la transmission ou la compréhension d'un message.
- Rarement où ca arrive cette obstacle, qui est faire une réunion dans le mauvais choix du moment ;



- Le manque de clarté lorsqu'on trouve trop d'informations surtout dans des affichages ;
- Parfois la hiérarchie c'est l'un des principaux obstacles de la communication organisationnel au sein de l'entreprise ;
- Selon les enquêtés, le langage c'est à dire il y a des moments où les éléments de langage et le vocabulaire sont très spécifiques ;
- L'utilisation des mauvais moyens de communication.

Selon les réponses des enquêtés, les obstacles qui entravent la communication organisationnelle vient premièrement de malentendus qui est un élément existant dans l'entreprises, ainsi toutes les autres obstacles déclaré par les salariés qui empêche la transmission des informations et les échanges dans les meilleurs conditions entre eux.

**Question 06 : Pensez-vous que Cevital effectue les efforts nécessaires pour favoriser votre satisfaction ?**

Selon l'enquêté n°01 : « oui elle effectue des efforts nécessaires, dont les responsables jouent leurs rôles sur le terrain dans le but de l'information officielle soit transmise convenablement par eux au salariés».

Selon l'enquêté n°02 : « oui, d'ailleurs, nous avons arrivé à lire les résultats des unités de production a temps réel grâce a l'utilisation de la digitalisation dont elle investi l'entreprise qui permet la facilitation de communication sur le point au point ».

Selon l'enquêté n°03 : « je confirme que a Cevital a mise au point de beaucoup de logiciels de communication pour bien communiquer et bien être informé qui dépend d'un logiciel de qualité, logiciel de maintenance, de commercial,... ».

Selon l'enquêté n°04 : « nous avons vu que les responsables envoient des informations a l'heur, ils communiquent bien avec les salariés, et donc il n y'a pas de problème de communication au niveau hiérarchique ».

Selon l'enquêté n°05 : « Cevital a élaboré une politique de rémunération, elle a permet d'utiliser un système informatisé comme un titre des notes pour facilité la communication et l'information ».

Selon l'enquêté n°06, l'enquêté n°07 : «L'entreprise met à notre disposition les moyens technologiques pour fluidiser la communication dans toutes les catégories hiérarchiques à fin d'atteindre des objectifs et des excellences ».

Selon l'enquêté n°08 : « L'entreprise veille a la bonne santé social des salariés et Améliore la

communication organisationnelle pour gardé notre satisfaction ».

Selon l'enquête n°09 : « L'entreprise met à notre disposition des outils de communication performantes et fait de son mieux pour que tout les salariés serons satisfait dans tout les cotés informationnelles ».

Selon l'enquête n°10 : « L'entreprise fait l'effort pour que les informations arrivent facilement au bon moment et à l'heure ».

Selon les réponses des enquêtés, les efforts effectués par l'entreprise est :

- Les responsables jouent leurs rôles sur le terrain ;
- L'utilisation de la digitalisation ;
- La mise au point de beaucoup de logiciels de communication ;
- Il n'y'a pas de problème de communication au niveau hiérarchique ;
- Elaboration d'une politique de rémunération ;
- L'entreprise met à la disposition les moyens technologiques ;
- L'entreprise veille à la bonne santé sociale des salariés.

Nous avons constaté que les enquêtés confirment que l'entreprise Cevital d'unité Elkseur effectue des efforts nécessaires pour favoriser leur satisfaction, les responsable ont une bonne gestion de la communication de différentes manière que se soit l'utilisation de la digitalisation, logiciel ou autre moyens. Nous avons aussi constaté d'après leurs réponses que y'a une bonne communication au niveau hiérarchique.

**Question 07 : Est-ce que vous êtes satisfait de la communication organisationnelle suivi par votre entreprise ?**

Selon l'enquête n°01 : « oui, je suis satisfait de la communication organisationnelle suivi par notre entreprise parce que elle est bien suivi et surtout bien structuré ».

Selon l'enquête n°02 : « oui, je suis très satisfait et radieux de la communication organisationnelle suivi par notre entreprise ce qui a permet la transmission des informations dans les meilleurs conditions ».

Selon l'enquête n°03 : « oui, je suis satisfait de la communication organisationnelle suivi par notre entreprise dans le coté de transmission des informations et dans le bon climat social ».

Selon l'enquête n°04 : « oui, je suis satisfait de la communication organisationnelle suivi par notre entreprise et ce qui a permet d'avoir des informations au bon moment et dans le bon sens ».

Selon l'enquête n°05 : « oui, je suis très satisfaite de la communication organisationnelle suivi par notre entreprise car c'est celui qui a fondé des échanges relationnels ».

Selon l'enquête n°06 : « oui, je suis satisfait de la communication organisationnelle suivi par notre entreprise, cette communication est la clé de renforcement de la productivité et la collaboration ».

Selon l'enquête n°07 : « oui, je suis satisfaite de la communication organisationnelle suivi par notre entreprise puisque elle a consacré des efforts pour une communication efficace surtout dans le transfère d'information ».

Selon l'enquête n°08 : « oui, je suis satisfait de la communication organisationnelle suivi par notre entreprise parce que c'est la première raison qui m'a permet de connaitre la culture d'entreprise ».

Selon l'enquête n°09 et l'enquête n°10 : « oui, satisfait de la communication organisationnelle suivi par notre entreprise, nous pouvons dire que c'est un système important au sein de l'entreprise, elle a met en commun les idées des salariés et a renforcer leurs motivation ».

Selon les réponses des enquêtés, les réponses était satisfait car :

- La communication est bien suivie et surtout bien structuré,
- La transmission des informations dans les meilleures conditions ;
- Le bon climat social ;
- Avoir des informations au bon moment et dans le bon sens ;
- Des échanges relationnels ;
- La clé de renforcement de la productivité et la collaboration ;
- Une communication efficace ;
- Connaitre la culture d'entreprise ;
- Met en commun les idées des salariés.

Nous avons remarqué que la totalité ils sont satisfait de la communication organisationnelle suivi par l'entreprise notamment sur le partage des informations et l'échanges des idées, elle sert a la création de la productivité et la collaboration, de plus la communication dans l'entreprise elle a mené les salariés à connaître la culture de l'entreprise et de s'adapter.

**Question 08 : Citez les avantages de l'influence de la communication organisationnelle sur la satisfaction des salariés au sein de votre entreprise ?**

Selon l'enquête n°01 : « la communication organisationnelle a pour avantage la fiabilité de la communication et de l'information et une efficacité d'échange et de renforcement des relations entre les salariés ».

Selon l'enquête n°02 : « L'un des principaux avantages de la communication organisationnelle est de faciliter la circulation et le partage de l'information ce qui permettra d'informer les salariés des actualités et événements de l'entreprise en temps réel, chaque salarié dispose ainsi du même niveau d'information quelle que soit sa position hiérarchique dans l'entreprise ».

Selon l'enquête n°03 : « Elle contribue à enrichir l'expérience des salariés, elle favorise une culture forte, améliore la collaboration, rationalise les résultats et peut même améliorer l'implication par des échanges informationnelle ».

Selon l'enquête n°04 : « elle permet de surmonter les différences d'échange, et de cultures pour créer des équipes plus cohérentes, et de fournir à l'ensemble l'entreprise un plan de communication efficace.».

Selon l'enquête n°05 : « un outil incontournable pour partager la stratégie et les objectifs de l'entreprise, et expliquer comment chaque équipe contribue à l'atteinte de ces objectifs. Grâce à des moyens de communication telles que l'intranet de l'entreprise ».

Selon l'enquête n°06 : « la communication organisationnelle permet de renforcer notre culture d'entreprise , aussi augmentation du sentiment d'appartenance et de la cohésion d'équipe entre les salariés ».

Selon l'enquête n°07 : « permet au salariés de se sentir plus motivés lorsque la direction communique régulièrement sur les actualités de l'entreprise en mettant en place les bons moyens de communication ».

Selon l'enquête n°08 : « la communication organisationnelle efficace contribue à éliminer les conflits au sein de l'entreprise, ce qui va permettre de fluidifier la collaboration et le partage d'idées entre les l'ensemble des salariés ».

Selon l'enquête n°09 : « le salarié va se familiariser avec la culture et les valeurs de l'entreprise, et apprendre à connaître les différentes équipes ».

Selon l'enquête n°10 : « l'avantage de cette communication est de fournir des informations utiles et claires afin que les salariés puissent effectuer leur travail dans les meilleures conditions ».

Selon les réponses de nos enquêtés, nous citons les avantages déclarer :

- La fiabilité de la communication et de l'information ;
- Une efficacité d'échange et de renforcement des relations entre les salariés ;
- Faciliter la circulation et le partage de l'information ;
- Enrichir l'expérience des salariés ;
- Favorise une culture forte et améliore la collaboration ;
- Créer des équipes plus cohérentes ;
- Partager la stratégie et les objectifs de l'entreprise ;
- Augmentation du sentiment d'appartenance des salariés ;
- Sentir plus motivés ;
- Eliminer les conflits au sein de l'entreprise ;
- Fournir des informations utiles et claires.

Donc l'influence de la communication organisationnelle sur la satisfaction des salariés a donné une faveur à l'entreprise grâce aux intérêts et aux avantages de cette communication, elle contribue à la facilité de la transmission des informations, donne une culture forte d'entreprise, augmente le sentiment d'appartenance et renforce les relations entre les salariés et travaille dans de meilleures conditions pour atteindre les objectifs d'entreprise par la bonne communication qui mène à leur satisfaction.

### **3. Analyse sémiologique :**

La question de la relation du sens avec l'image est apparue avec l'interrogation lancée par Roland BARTHES dans son article «Rhétorique de l'image»: Comment le sens vient-il à

l'image?

Pour point de départ, Roland BARTHES s'est appuyé sur l'image publicitaire «*parce qu'en publicité la signification de l'image est assurément intentionnelle*». L'analyse d'une image «*franche*» et «*intentionnelle*» nous permet d'extraire les traits fondamentaux propres à l'image qui, en suite, facilite l'analyse des images plus complexes.<sup>45</sup>

La sémiologie étudie les conditions dans lesquelles des signes produisent du sens, un signe peut être un évènement, un texte, un dessin, un discours, une affiche, un rite culturel, elle s'appuie sur deux axes ; (la communication et le signe) et étudie, la communication linguistique qui se fait par l'acte verbal, selon le schéma de Jakobson qui est la transmission d'un message par un émetteur à travers un canal à un récepteur qui le déchiffre et la communication non linguistique comme les signaux de la route, les affiches employées pour la publicité et les logos se sont des indications directes. En montrant que la sémiologie ne consiste pas seulement à analyser des textes et des images, mais qu'elle s'offre plus globalement comme un mode de relation au monde.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> BARTHES. Roland, Rhétorique de l'image, In Communications, 4, 1964, P40

<sup>46</sup> <https://ufr-culture-communication.univ-paris8.fr/semiologie-de-la-communication-335>, consulté le 08/06/2023 à 16:30.

Figure N 02 : un affichage sur la journée de sécurité avec les enfants



Source : Photo prise a l'entreprise Cevital d'unité Elkseur.

- L'image : représente un affichage sous forme rectangle, qui est un moyen de communication utilisé au sein de l'entreprise Cevital d'unité Elkseur afin d'invité tout les enfants des salariés et dont la catégorie d'âge a partir de 6 a 12 ans pour assister a un événement qui est appelé « journée sur la sécurité avec nos enfants » qui a eu lieu le 02 mai 2023 en collaboration avec la protection civile , cette journée a pour but de parler et montrer les actions de sécurité et renforce les relations du travail, et cela c'est une preuve que la communication organisationnelle de cette entreprise est bonne, lorsqu'il ils se présentent a cette événement donc y'a un climat familial qui les réunit.
- Les couleurs :
  - Le blond : c'est le fond qui signifie la simplicité, la pureté, l'innocence.
  - Le rouge : signifie le danger, le feu, l'interdiction, la connaissance.
  - Le jaune : signifie la puissance, la sécurité.

- Le bleu : signifie la confiance, le bien-être, optimisme, l'apaisement, la stabilité.
- Le noir : signifie l'obscurité, la crainte.
- Le gris : signifie les fumées.
  
- Logo : « Cevital » : est textuel et graphique sur l’affiche. Cela permet d'identifier en un coup d'œil l'événement de l'entreprise.
- Slogan : « **JOURNÉE SUR LA S ÉCURITÉ AVEC NOS ENFANTS**», « **ASS GEF LAMAN AKKED WARRAC –NNEG** », « **يوم خاص الأمن مع أطفالنا** », écrite en gros et en trois langue (français, arabe, tamazight), destinée à attirer l'attention des salariés de l'entreprise pour propager l'événement et soutenir cette action.
- Accroche : « **DESSINE MOI LA SECURITE**», « **SINE –IYI–D LAMAN** », « **لنرسم الأمن** », écrit en trois langue (français, arabe, tamazight) phrase courte, destinée à attirer l'attention, de créer du désir et incite à assister a l'action.



Figure N 03 : Un panneau d'affichage sur la prévention contre les accidents.



Source : Photo prise à l'entreprise Cevital d'unité Elkseur.

- L'image : représente un panneau d'affichage sous forme d'une boîte rectangulaire, qui est un moyen de communication utilisé au sein de l'entreprise Cevital d'unité Elkseur, joue un rôle important dans la sécurité sur le lieu de travail et vise à prévoir une protection et d'être attentif à certains risques. Et cela concerne toutes les catégories hiérarchiques c'est-à-dire des cadres aux exécutants. Ce panneau a pour but de préserver la santé et la sécurité des salariés, améliorer les conditions de travail, tendre au bien-être et renforcer les relations du travail. Nous avons constaté qu'il y a une forme circulaire qui exprime le contrôle de la cible vers le point, la cible signifie les salariés et l'objectif de cette cible c'est d'avoir zéro accident et zéro blessé. Ce moyen de communication permet de renforcer la communication au sein de l'entreprise.
- Les couleurs :
  - Le blanc : signifie la transparence, la paix.
  - Le rouge : signifie le danger, l'interdiction, la connaissance.

- Le noir : signifie l'obscurité, la crainte, le vide.
  - Gris : signifie le respect, le calme.
  - L'orange : signifie la joie, la créativité, la communication, la sécurité, l'ambition.
  - Le vert : signifie la stabilité, la concentration, l'écologie, le partage, la confiance.
  - Le jaune : signifie la sécurité.
- 
- Logo : « Cevital » : est textuel et graphique sur le panneau d'affichage. Cela permet d'identifier en un coup d'œil l'information de l'entreprise.
  - Slogan : « **OBJECTIF ZÉRO ACCIDENTS & Zéro Blessé** » écrit en gros, destinée donner l'importance et attirer l'attention des salariés de l'entreprise pour propager l'information et soutenir cette action.
  - Accroche : « Tous ensemble, Nous y arriverons » phrase courte, destinée à attirer l'attention, de créer du désir et inciter à l'action et aller main dans la main.

#### 4. Discussion des résultats :

Dans cette partie nous allons procéder à la discussion des hypothèses relatives aux variables de notre recherche « la communication organisationnelle et la satisfaction des salariés », à travers leur confrontation aux résultats obtenus à l'aide des outils de recherche utilisées: notre observation non participante et nos entretiens de recherche réalisés, dont nous avons pu rapporter les témoignages et les dires de nos enquêtes qui nous ont ainsi permettent de récolter des réponses pour pouvoir répondre à notre problématique et vérifier nos hypothèses.

D'après les données recueillies auprès de notre échantillon, nous pouvons constater que :

Cevital d'unité Elkseur est une entreprise qui vise à conserver les activités rentables d'une entreprise dans les économies développées. Ce principe permet de valoriser les sociétés en difficulté, de les relancer et leur redonner une nouvelle vie. Elle vise aussi a fondé des relations solide dans toute l'hierarchie d'entreprise que se sois du haut vers le bas ou du bas vers le haut.

Cette entreprise procurer un intérêt à la communication organisationnelle, pour Accroître sa visibilité auprès du public et développer la notoriété de Cevital d'unité Elkseur, Accroître la visibilité et la connaissance de cette entreprise, ainsi pour garder Une forte relation et de confiance.

Selon les réponses des enquêtés, nous avons analysé que la communication organisationnelle assure le bon fonctionnement de l'entreprise grâce a elle, elle présente une variété d'échanges entre les différents salariés, cette communication a influencé sur la notoriété d'une idée, information ou autre, sur l'adhésion à une stratégie, et sur le comportement des salariés de l'information par leurs satisfaction et leurs motivation pour atteindre tout objectifs fixés de l'entreprise.

Nous avons pu constater également, que l'entreprise Cevital d'unité Elkseur se focalise sur l'utilisation des moyens de communication afin d'informer, expliqué et de motiver l'ensemble des salariés sur les idées, les nouvelles informations et la vie de cette entreprise, tel que une invitation a une commission, une réunion d'explication, et cela par messagerie électronique, comme aussi des notes de service et des notes d'information qui se transmet aussi par la messagerie électronique, par des panneaux d'affichage, par un groupe de discussion professionnel d'un réseau social,... nous avons pu constater aussi la richesse de la mise en disposition de différents logiciel pour faciliter les échanges. Ces actions s'inscrit dans

le cadre de la communication organisationnelle, pour créer un lien direct et pour informer et influencer les salariés.

D'après les réponses des enquêtes de l'entreprise Cevital d'unité Elkseur, nous avons observé que la communication organisationnelle influe positivement sur la satisfaction des salariés vu son importance déclarée par les enquêtés qui est la clé de leur motivation et d'implication au sein de l'entreprise, la création d'un bon climat social, la visibilité des informations ainsi que des relations florissantes et cette importance ce qui a rendu les salariés satisfaits de la communication organisationnelle suivie par l'entreprise Cevital d'unité Elkseur.

- **Vérification des hypothèses :**

D'après la recherche que nous avons effectuée au sein de l'entreprise Cevital d'unité Elkseur portant sur l'influence de la communication organisationnelle sur la satisfaction des salariés, et après l'analyse des données que nous avons recueillies auprès de notre échantillon d'étude de Cevital d'unité Elkseur, on peut procéder à la confirmation ou à l'infirmité de nos hypothèses émises au début de la recherche.

### **Hypothèse 01 :**

Concernant la première hypothèse : « Cevital à diversifier les moyens de communications ce qui permet la transmission des messages aux salariés dans les meilleures conditions ».

Cette hypothèse a été confirmée à travers les réponses de nos enquêtés sur l'axe 02 dans la Q3, Q4, Q5 et Q6 relative aux moyens, la nature des messages et la qualité de la communication au sein de l'entreprise Cevital d'unité Elkseur.

Par exemple **la réponse de l'enquêté n°01** : « la communication est cascade à tous les niveaux, beaucoup de moyens de communication qui ont été utilisés, y'a de la communication par email, y'a de la communication par workshop, par des séminaires, par téléphone, avec l'utilisation de la digitalisation dans l'entreprise par la mise au point de beaucoup de logiciel de communication dont il y'a coswin, qualipro, workflow, kelio ».

A partir de cette analyse et les résultats qui précèdent nous confirment la première hypothèse.

### **Hypothèse 02 :**

Pour la deuxième hypothèse : « La communication organisationnelle influence positivement sur la satisfaction des salariés au sein de l'entreprise Cevital d'unité Elkseur ».

D'après l'étude de terrain que nous avons mené au cours de notre stage et après avoir interprété les résultats de notre étude nous pouvons dire que notre hypothèse est confirmée par les réponses sur l'axe 03 dans la Q1 et Q7 relatives à l'influence de la communication organisationnelle et la satisfaction des salaires.

Par exemple **la réponse de l'enquête n°06** : « Oui il y'a une grande influence sur la satisfaction des salariés parce que sont misent dans des conditions favorables de la communication organisationnelle, et ils ont avaient une facilité et les possibilités d'avancement professionnel ».

A partir de cette analyse et les résultats qui précèdent nous confirme la deuxième hypothèse.

D'ici nous concluons que nous sommes arrivées à la confirmation de nos deux hypothèses que nous avons supposées au début de notre travail de recherche.

# Conclusion

## Conclusion

Nous touchons maintenant à la fin de notre travail de recherche à lequel nous faisons ici conclusion contenant la communication organisationnelle et la satisfaction des salariés. Elle a eu pour terrain d'enquête l'entreprise Cevital d'unité Elkseur. Notre intention est d'examiner et de comprendre l'influence de cette communication sur la satisfaction des salariés.

Pour le recueil de données, nous avons utilisé les outils d'étude, nous avons fait la technique d'observation non participative et nous avons fait recours aux entretiens de recherche semi-directifs avec l'échantillon typique selon la catégorie socioprofessionnelle, c'est-à-dire le choix selon l'organigramme de l'entreprise.

Dans ce cas, la communication organisationnelle occupe une place essentielle et importante, elle devient un préalable indispensable. D'une part, elle vise à constituer des fortes dans les relations entre l'entreprise et ses salariés et par ailleurs de modifier profondément la conception que l'entreprise a d'elle-même.

Grâce aux résultats obtenus de cette recherche et les réponses de nos enquêtés, nous avons constaté que la communication organisationnelle a un rôle primordiale de rassembler les forces actives au sein de l'entreprise à travers le développement d'une stratégie de communication, et de faciliter la dialogue et l'échange des informations et des idées entre les salariés qui améliore la performance au travail et les motiver, et aussi l'augmentation de sentiment d'appartenance, cela ne peut être réalisé que par l'application d'une communication organisationnelle efficace qui recrute des forces humaines et matérielles pour orienter l'entreprise vers l'atteinte d'objectif de s'adapter ses messages dans la forme et le fond aux salariés, pour cela elle utilise des moyens de communication variés, nous citons les moyens la messagerie électronique, intranet, réseaux sociaux, panneaux d'affichage, logiciels, dont elle partage différents note d'information, note service, ... pour être efficace dans l'accomplissement de ses objectifs. et cela a été confirmé dans la première l'hypothèse.

La satisfaction apparait lorsque les salariés réalise ses attentes et trouve la bonne gestion d'entreprise dans les meilleurs conditions surtout dans le champ de la communication organisationnelle, d'ailleurs nous avons confirmé dans la deuxième hypothèse que cette communication influe positivement sur la satisfaction des salariés de l'entreprise Cevital d'unité Elkseur.

Par conséquent, La communication organisationnelle est un système indispensable et clé pour l'entreprise. Elle requiert à la fois de la planification et de la réflexion. Son application est vaste, évolutive et garantie le succès lorsqu'elle est bien employée.

Comme toutes autres recherches, nous avons rencontrés certaines difficultés a l'entreprise durant notre recherche , D'abord, y'a le manque de la documentation concernant notre thème de recherche la communication organisationnelle, Ensuite, difficulté d'interroger tout les salariés à cause de leur préoccupation professionnelle, et le temps qu'ils ont pris pour nous répondre a notre guide d'entretien. Et enfin, l'inhabilité de certains enquêtés d'approfondir leurs réponses et de développer leurs idées.

Dans notre recherche nous avons abordé comme axe l'influence de la communication organisationnelle sur la satisfaction des salariés au sein de l'entreprise Cevital d'unité Elkseur, mais la communication Organisationnelle est un champ d'études très vaste qui contient d'autres thèmes a développé qui ne sont pas encore traités tel que : quels sont les effets de la communication organisationnelle sur la culture de l'entreprise Cevital d'unité Elkseur.

Notre recherche reste comme un repère pour les autres chercheurs.



La liste des  
références  
bibliographique

## Liste des références bibliographique :

### Ouvrage :

- ALICE DAVIDE et al, GRH une approche intentionnelle ,3eme édition, c groupe de BOECK, Bruxelles, 2000.
- ANGERS MAURICE, initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Edition Casbah, Alger, 1997.
- ARLETTE BOUZON et VINCENT MEYER, la communication organisationnelle en question, méthodes et méthodologies, Paris, France, 2006.
- BARTHES. Roland, Rhétorique de l'image, In Communications, 4, 1964.
- GENEVIEVE IMBERT, L'entretien semi-directif, à la frontière de la santé publique et de l'anthropologie, 3éme édition, 2010.
- MADELEINE GRAWITZ, méthodes des sciences sociales, paris, France, 11éme édition, 2001.
- OMAR AKTOUF, Méthodologie des sciences sociales et approche qualitatives des organisations, édition Québec, 1987.
- OMAR AKTOUF, Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations : Une introduction à la démarche classique et une critique (Sillery, Québec : Presses de l'Université du Québec, 1987).
- PHILIPPE MALVAL et JEAN MARC DECAUDIN, penta.com, communication corporate, interne, financière, marketing b to c et b to b.
- Roger MUCCHIELLI : Communication et réseaux de communication, 6eme édition, paris, 1984.
- SYLVIE GROSJEAN et LUC BONNEVILLE, la communication organisationnelle, approches ; processus et enjeux, Québec, Canada, 2011.
- SYLVIE GROSJEAN et LUC BONNEVILLE ; la communication organisationnelle, le Chênevière éducation, 2011.

### Dictionnaire :

- Dictionnaire le robert déco enligne.
- JEAN FRANÇOIS : Dictionnaire des sciences humaines, édition sciences humaines, Auxerre Cedex, 2004.

- La toupie, dictionnaire de politique « toupictionnaire ».
- RAYMOND BOUDON et autres : Dictionnaire de la sociologie, LAROUSSE, 2ème édition, Madrid, 2012.

#### **Revue scientifique :**

- ANNE-MURIEL, qui ce que la satisfaction client, définition, enjeux et bonnes pratiques, 2020.
- JEAN-FRANCOIS TAKVORIAN, ressources humaines, de la satisfaction du personnel a la satisfaction des clients, 2003.
- CLEUSA MARIA ANDRADE SCROFERNEKER Revue des sciences humaines et sociales, Qu'est-ce que la « Communication organisationnelle » dans un pays de contact ?, sociétés, 2004.
- THOMAS DURAND, Management d'entreprise 360°, Tous les principes et outils à connaître, 2ème édition, 2020.

#### **Thèses :**

- BENAMIROUCHE FATIMA, L'influence de la communication organisationnelle sur l'implication des salariés au travail, mémoire de master en science de l'information et de la communication option communication relation publique, Université Abderrahmane Mira – Bejaia, faculté des sciences humaines et sociales, 2012-2013.
- ISABELLE LAURIN, L'influence de la communication organisationnelle sur l'autonomisation et la satisfaction au travail, Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures en vue de l'obtention du grade de deuxième cycle en relations industrielles Université de Montréal, Le 24 août 2006.
- LARAMÉE, ALAIN, La communication dans les organisations, Presses de l'Université du Québec, Télé Université, Université du Québec, 1989.
- LO,KJ ,RN,EA, communication organisationnelle, Master : Management et Audit des Organisations, université sidi Mohammed Ben Abdallah faculté des sciences juridiques économiques et sociales – FES,2010-2011.

- MEDINI SAMIR, CHABANE KAHINA, mesure de la satisfaction des salariés au travail, Master en Sciences de Gestion option Gestion des Ressources Humaine Faculté, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, des Sciences Economiques, Commerciales et Sciences de Gestion Département des sciences de Gestion, 2018-2019.

#### **Cours académiques :**

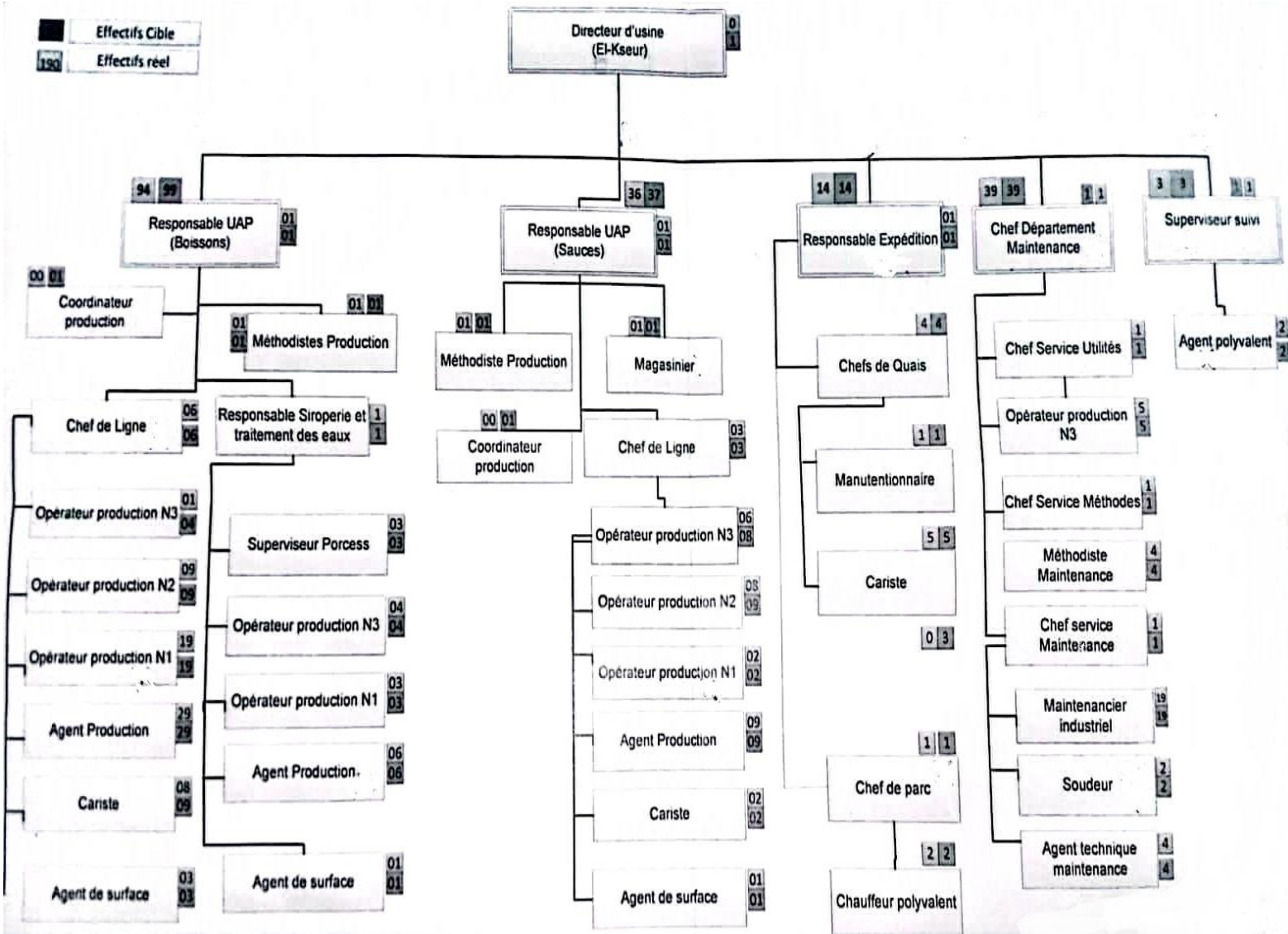
- MARIE-FRANCE GRINSCHPOUN. Cours construire un projet de recherche en sciences humaines et sociales.
- MERAH AISSA. Cours élaboration d'un mémoire pour master deux communications et relation publique.

#### **La webographie :**

- <http://dictionnaire.lerobert.com/definition/concepte>, consulté le 10/04/2023 à 11:56.
- <https://www.easiware.com/blog/satisfaction-client-enjeux>, consulté le 14/05/2023 à 10h33
- <https://ufr-culture-communication.univ-paris8.fr/semiologie-de-la-communication-335>, consulté le 08/06/2023 à 16:30.
- <https://www.gereso.com/actualites/2012/04/10/payee-la-prise-en-compte-de-l-anciennete/>, consulté le 17/05/2023 à 21h25.
- <https://www.infoqualite.fr/de-la-satisfaction-du-personnel-a-la-satisfaction-des-clients/>, consulté le 14/05/2023 à 10h45.
- <https://www.toupie.org/dictionnaire/index.html> , consulté le 10/04/2023 à 11:45.

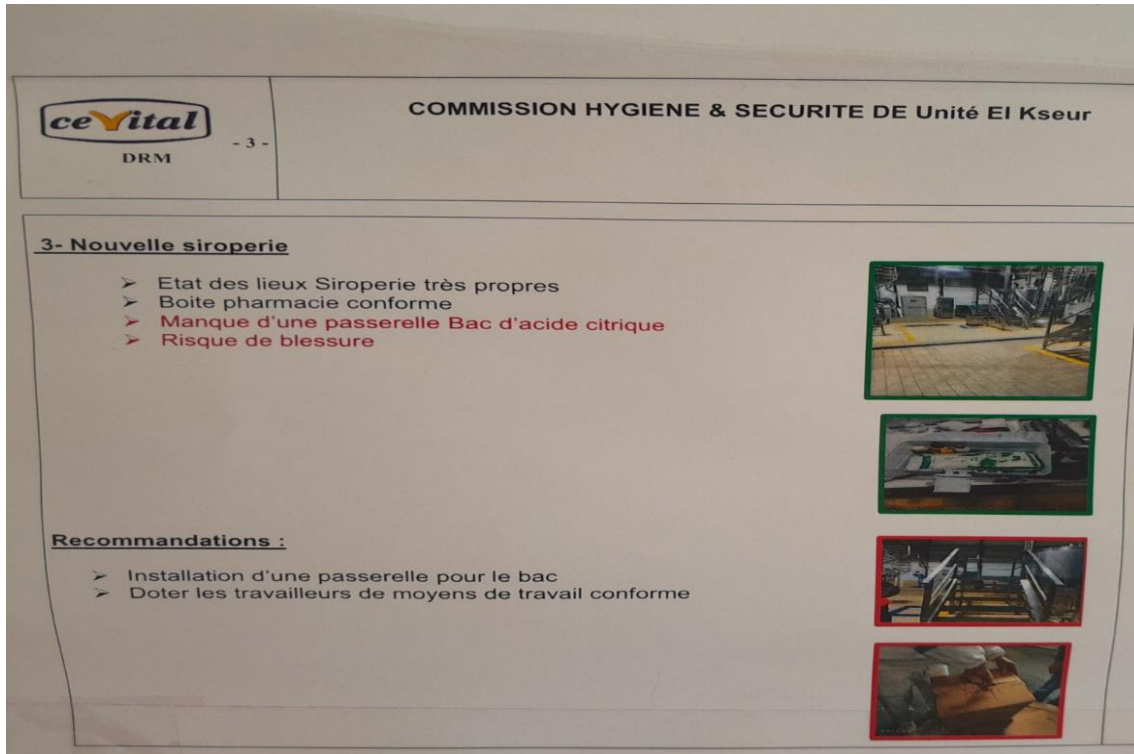
# **Annexes**

Annexe N 01 : l'organigramme de l'entreprise Cevital d'unité El Kseur .




Source : Document de l'entreprise Cevital d'unité ElKseur.

**Annexe N 02 : une affiche sur la commission Hygiène & sécurité de unité Elkseur .**



**Source : Photo prise a l'entreprise Cevital d'unité Elkseur.**

## Annexe N 03 : note de service de l'entreprise Cevital d'unité El kseur



L'Algérienne Vie  
الجزائرية للحياة

### Les prestations prises en charge par le service Tiers Payant :

- **L'hospitalisation\***: Hospitalisation médicale en clinique, Hospitalisation chirurgicale en clinique, frais de séjour du bénéficiaire ;
- **La maternité\***: Consultation pré et post-natales, échographie grossesse, accouchement sans complication, accouchement avec complication, frais de séjour du bénéficiaire ;
- **La radiologie\*** : Acte de radiologie (Radiographie standard, échographie, Examen vasculaire, Scanner et IRM) ;
- **Les analyses\*** : Analyses médicales ;

\*Ces prestations sont prises en charge dans la limite des conditions particulières prévue par le contrat.

Si l'adhérent(e) doit être appelé(e) à subir une hospitalisation (maternité comprise), des examens radiologiques ou des analyses médicales, il est prié de suivre les étapes suivantes :


#### Effectuer la demande de prise en charge tiers payant :

En contactant **L'Algérienne Vie Assistance** au **021.98.00.90** de 9h00 à 17h00, de dimanche à jeudi hors jours fériés : l'adhérent doit préciser à son interlocuteur qu'il bénéficie du service tiers payant de **L'Algérienne Vie** au titre du contrat

Algerian Gulf Life Insurance Company, SPA - au capital social de 1 000 000 000 DZD  
Siège social: S. rue Baboul Douar, Hydra - Alger

Source : Photo prise a l'entreprise Cevital d'unité ElKseur.




**Annexe N 04 : note de service de l'entreprise Cevital d'unité El kseur.**

Algérienne Vie  
الجزائرية للحياة

**Points importants :**

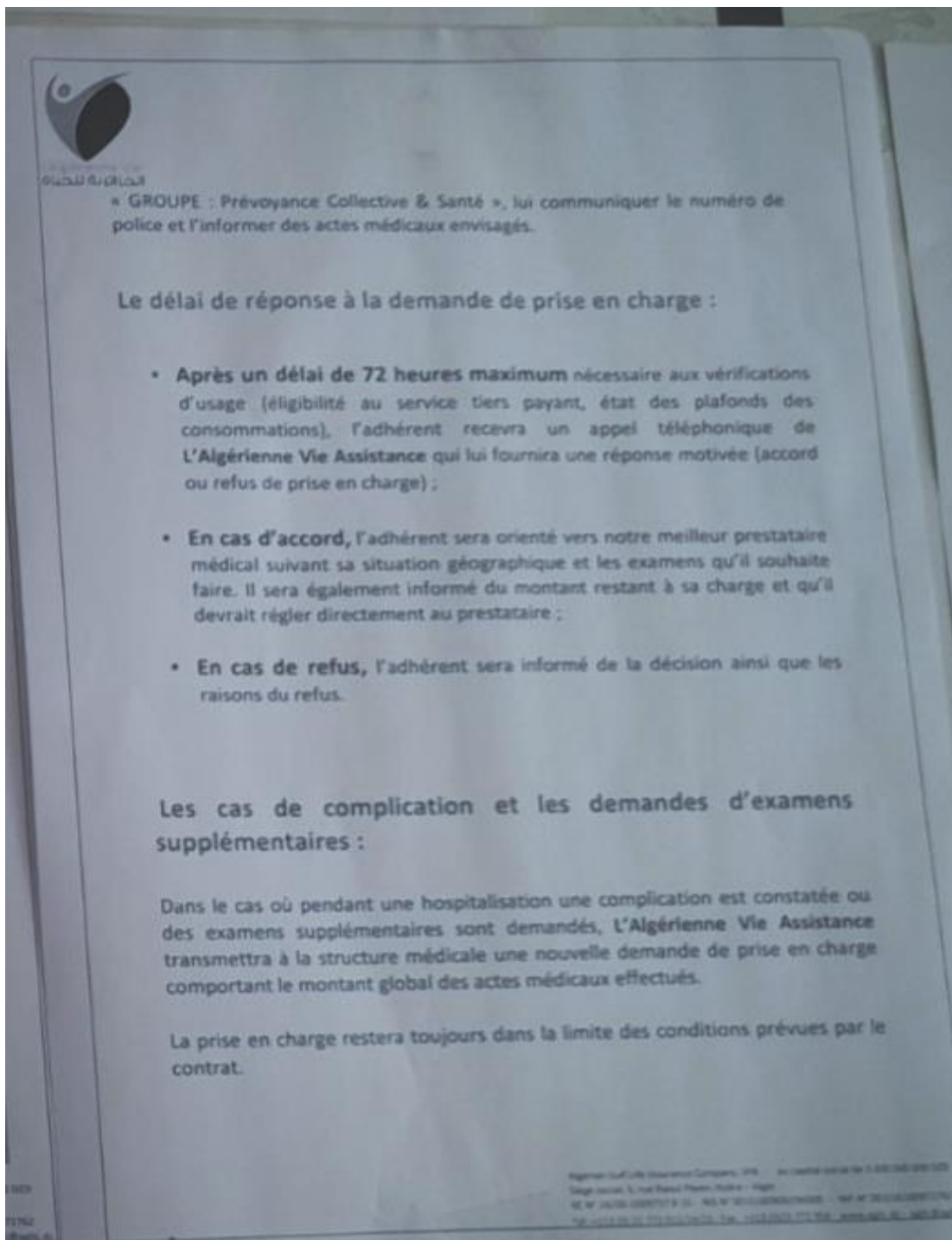
- Les urgences ne sont pas prises en charge dans le cadre du service tiers payant ;
- Seules les prestations listées plus haut bénéficieront du service tiers payant. Les autres prestations devront faire l'objet d'une demande de remboursement à postériori (procédure classique) ;
- Ne pas oublier qu'il restera toujours une partie à la charge de l'adhérent, suivant les conditions du contrat, qui devra être réglée directement au prestataire ;
- Se munir, en se rendant chez le prestataire de santé désigné, d'une pièce d'identité, une prescription ou un dossier médical relatif à l'affectation concernée par la demande de prise en charge tiers payant, ainsi que le bulletin de soins afin de la remettre au prestataire.

Pour toute information complémentaire, veuillez nous contacter sur la boîte mail suivante :  
[sinistre@aglic.dz](mailto:sinistre@aglic.dz)



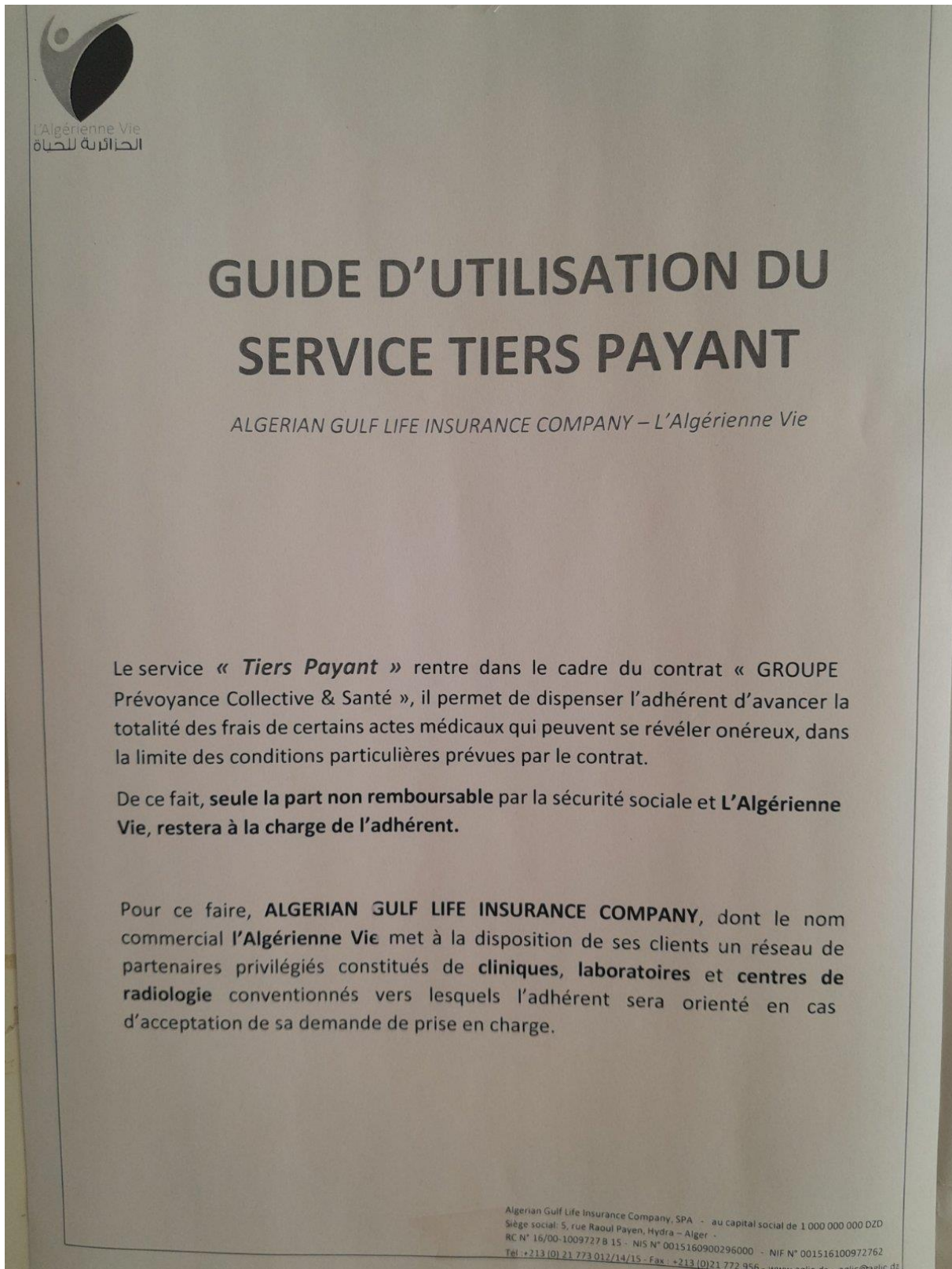
Source : Photo prise a l'entreprise Cevital d'unité ElKseur.

## Annexe N 05 : note de service de l'entreprise Cevital d'unité El kseur.



Source : Photo prise a l'entreprise Cevital d'unité ElKseur.

## Annexe N 06 : note de D.R.H de l'entreprise Cevital d'unité El kseur.



Source : Photo prise a l'entreprise Cevital d'unité ElKseur.

Annexe N 07 : Un panneau d'affichage sur la prévention contre les accidents.



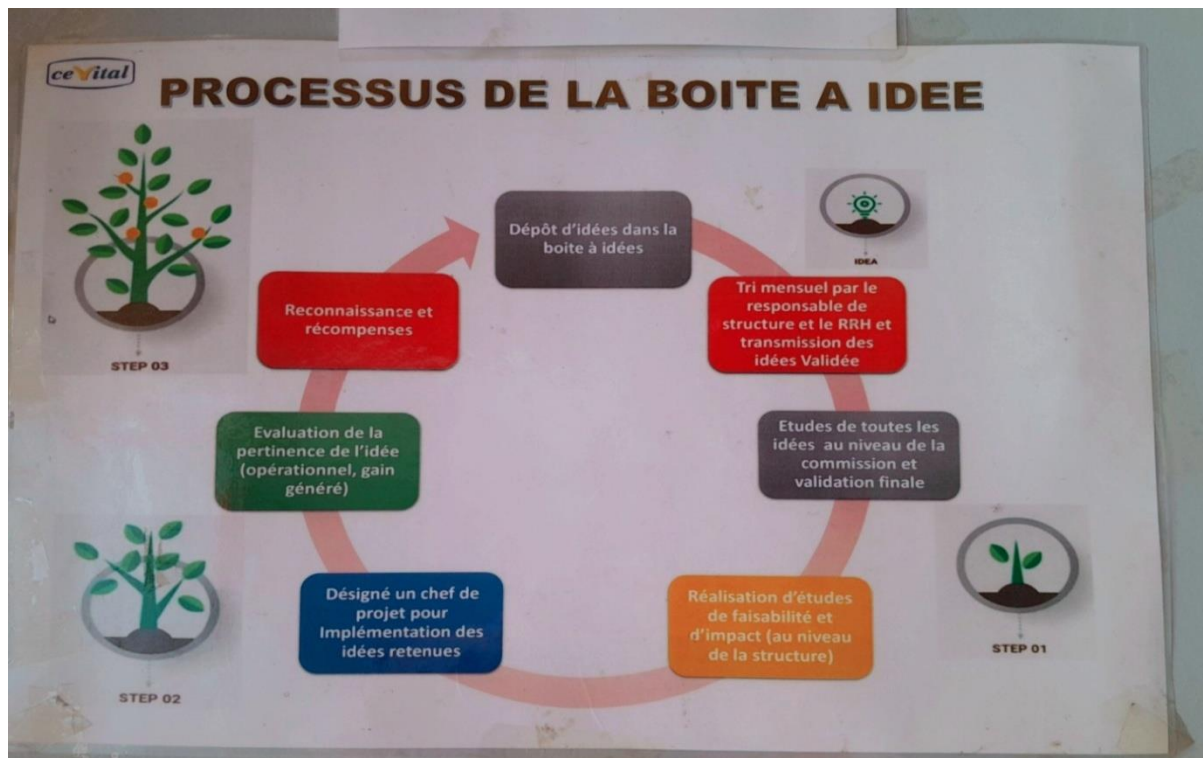
Source : Photo prise a l'entreprise Cevital d'unité Elkseur.

## Annexe N 08 : un affichage de numéros d'urgences HSE de l'entreprise Cevital d'unité El kseur




Source : Photo prise a l'entreprise Cevital d'unité ElKseur.

## Annexe N 09 : processus de la boite a idée.



Source : Photo prise a l'entreprise Cevital d'unité ElKseur.

## Annexe N 10 : politique du système de management de l'entreprise Cevital d'unité El kseur.

|   |  |                    |                 |
|---|--|--------------------|-----------------|
|  | <b>POLITIQUE DU SYSTEME DE MANAGEMENT<br/>(RESPONSABILITÉ DE LA DIRECTION)</b> | N° Réf :           | F-QHSE-051      |
|   |  | Date de révision : | 10 octobre 2022 |
|   |  | Version :          | 18              |

CEVITAL Agro-industrie, filiale du Groupe CEVITAL Spa, est une entreprise citoyenne spécialisée dans le développement, la production, le conditionnement et la commercialisation de produits alimentaires : corps gras liquide et solides, sucre solide et liquide, boissons, sauces et conserves, chaux et CO<sub>2</sub>, et des emballages plastiques.

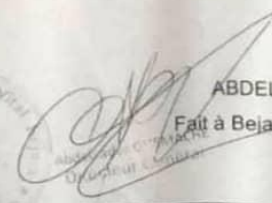

Compte tenu de la conjoncture aussi bien nationale qu'internationale et de la concurrence accrue dans le secteur agroalimentaire, seule une maîtrise de notre positionnement stratégique peut nous garantir la pérennité et le développement de nos marchés. De ce fait, une stratégie est élaborée, traduite en axes et objectifs, ci-dessous :

- **Nos Valeurs « IRIS » : Intégrité ; Respect ; Initiative ; Solidarité**  
CEVITAL Agro-industrie accorde une importance majeure au respect des valeurs de notre Groupe, et fait en sorte que le comportement constant de ses employés et tous les actes managériaux entrepris les respectent.
- **Respect des exigences légales, réglementaires et autres exigences et centrer le management de l'entreprise sur les principes et les normes internationales de management**  
Cevital s'engage à mettre en place des systèmes de management de la qualité, de la sécurité des denrées alimentaires et de la santé et sécurité au travail conformes aux exigences des normes et protocole reconnus internationalement et au respect inconditionnel des exigences légales, réglementaires et autres exigences.
- **Satisfaire les exigences de nos clients en termes de qualité et de la salubrité des denrées alimentaires.**  
Cevital place la satisfaction de ses clients au cœur de ses priorités, en œuvrant en permanence à leur fournir des produits de qualité sur toute la chaîne de valeur par la prévention de tout danger physique, chimique, bactériologique et par des conditions d'hygiène irréprochables sur l'ensemble de nos infrastructures.
- **Améliorer les conditions de travail :**  
Cevital place les travailleurs au centre de ses préoccupations, et veille à procurer des conditions de travail sûres et saines, pour la prévention de traumatisme & pathologie, l'élimination des dangers et réduction des risques S&ST.
- **Renforcer les compétences humaines et organisationnelles :**  
Cevital assure le développement de leurs compétences par la formation, sensibilisation et l'accompagnement dans les divers domaines pour une meilleure culture qualité, SDA & SST.
- **Assurer une communication efficace**  
Cevital s'engage à assurer une communication de l'ensemble des informations pouvant avoir un impact sur la qualité, la sécurité des denrées alimentaires et la santé et sécurité au travail, en interne (travailleurs) et en externe (PIP).
- **Éliminer les dangers et réduire les risques santé et sécurité au travail**  
Encourager l'implication, la participation, la responsabilité de l'ensemble des travailleurs vis-à-vis de la santé et sécurité par l'analyse, la maîtrise et réduction des risques SST et la mise en place d'un processus de consultation de la participation des travailleurs.
- **Anticiper les changements et les risques :**  
Déployer une approche basée sur la maîtrise des risques et opportunités à tous les niveaux de l'organisation.
- **Digitaliser les activités :**  
Doter notre organisation de systèmes d'information modernes et performants.

CEVITAL Agro-industrie s'engage à prendre en compte les attentes de ses collaborateurs, prestataires, partenaires et parties intéressées et veille à ce que ses actions soient les plus efficaces possibles et orientées sur l'atteinte des résultats escomptés, par l'amélioration continue de ses systèmes de management et par l'allocation des ressources nécessaires.

Afin d'assurer que la Politique de CEVITAL Agro-industrie demeure pertinente et en adéquation avec les objectifs de CEVITAL ; cette dernière est amenée à être revue annuellement.

Le Directeur Général  
ABDELKADER GUEMACHE  
Fait à Bejaia le, 23 Octobre 2022

CEVNAS01011Commun\_FoodISO\_220005. Responsabilité de la direction5.2 Politique de sécuritéF-QHSE-051 Politique du système  
de management qualité et SDA et SST révisé

Page : 1/1

Source : Photo prise a l'entreprise Cevital d'unité ElKseur.

## Annexe N 11 : Un guide d'entretien

Notre thème se focalise sur 3 axes principaux dans la construction de notre enquête :

- **Axe 01 : Les données personnelles des enquêtés.**
  - Quel est votre Age ?
  - Quel est votre genre (sexe) ?
  - Quel est votre Niveau d'instruction ?
  - Quel Poste occupé vous au sein de l'entreprise ?
  - Quel est votre catégorie socioprofessionnelle ?
  - Quel est votre ancienneté dans l'entreprise Cevital ?
  
- **Axe 02 : Cevital à diversifier les moyens de communications ce qui a permet la transmission des messages aux salariés dans les meilleures conditions.**
  1. Qu'est ce que la communication organisationnelle représente pour vous ?
  2. De quelle manière la communication organisationnelle influe sur la satisfaction des salariés ?
  3. Quelles sont les moyens de communication que vous utilisé pour les besoins informationnelle ?
  4. Quel est le moyen favorisez-vous pour se communiquer, pourquoi ?
  5. Est-ce que ces moyens de communication vous permet de bien recevoir tout les messages concernant les informations de votre entreprise et d'être plus proche d'elle?
  6. Donnez un exemple d'une nature de messages que vous recevez ?
  7. Comment gérez-vous les malentendus (conflits) au sein de votre entreprise ?
  
- **Axe 03 : La communication organisationnelle influence positivement sur la satisfaction des salariés au sein de l'entreprise Cevital d'unité Elkseur.**
  8. Est-ce que y a-t-elle une grande influence de la communication organisationnelle sur la satisfaction des salariés ?
  9. Quel rôle joue cette communication au sein de votre entreprise ?
  10. Comment vous arrivez à gérer cette communication ?

11. Quel est l'importance de la communication organisationnelle dans la création d'un bon climat social entre les salariés ?
12. Quels sont les obstacles qui entravent la communication organisationnelle au sein de votre entreprise ?
13. Pensez vous que Cevital effectue les efforts nécessaires pour favoriser votre satisfaction ?
14. Est-ce que vous êtes satisfait de la communication organisationnelle suivie par votre entreprise ?
15. Citez les avantages de l'influence de la communication organisationnelle sur la satisfaction des salariés au sein de votre entreprise ?



## Annexe N 12 : L grille d'observation

| Les variables de l'étude                  | Les éléments observés  |
|---|--|
| <b>La communication organisationnelle</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nous avons observé au sein de Cevital d'unité Elkseur qu'il ya une grande présence de la communication organisationnelle.</li> <li>• Il y'a une diffusion des informations de différents manière dont nous avons observé des notes de service, des notes d'information, des consigne de sécurité, des panneaux d'affichage pour l'indication de sécurité, affichage de règlement intérieur de l'entreprise...</li> <li>• Une journée sur la sécurité des enfants organisée par Cevital d'unité Elkseur sous le titre « dessine moi la sécurité » qui a eu lieu le 02 mai 2023 par la présence des enfants et la priorité de service HSE.</li> <li>• Cevital a plusieurs moyens de communication dont nous avons remarqué la communication par téléphonie, par des emails, par des affichages et nous avons aussi observé l'utilisation de la digitalisation lors des taches et des échanges.</li> </ul> |
| <b>La satisfaction des salaries</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nous avons remarqué que la majorité des salariés de l'entreprise Cevital d'unité Elkseur sont satisfait de l'influence de la communication organisationnelle, d'une manière spontanée durant leur travail</li> <li>• lorsqu'ils communiquent sur un sujet qui concerne le travail, ils organisent d'une manière collective pour atteindre leurs</li> </ul>  |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>objectifs</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• nous avons aussi remarqué la performance au travail et une motivation très nette des salariés</li></ul> |
|--|--|

# **Table de matière**

|                        |          |
|------------------------|----------|
| Remerciements          |          |
| Dédicace               |          |
| Liste des abréviations |          |
| La liste des tableaux  |          |
| Liste des figures      |          |
| Sommaire               |          |
| Introduction.....      | <b>I</b> |

### **Cadre méthodologique**

|  |    |
|--|----|
| <b>Chapitre 01 : Analyse conceptuelle.....</b> |    |
| 1. Problématique.....                          | 05 |
| 2. Hypothèses.....                             | 06 |
| 3. Objectifs de l'étude.....                   | 07 |
| 4. Définition des concepts.....                | 07 |
| 4.1. La communication.....                     | 07 |
| 4.2. La communication organisationnelle.....   | 08 |
| 4.3. L'information.....                        | 08 |
| 4.4. Le message.....                           | 09 |
| 4.5. L'influence.....                          | 09 |
| 4.6. La satisfaction.....                      | 09 |
| 4.7. Le salarié.....                           | 10 |
| 4.8. L'entreprise.....                         | 10 |
| 4.9. L'organisation.....                       | 11 |
| 5. Indicateurs du phénomène de l'étude.....    | 12 |
| 6. Etudes antérieures.....                     | 13 |
| 6.1. Etude N 01.....                           | 13 |
| 6.2. Etude N 02.....                           | 14 |
| 6.3. Etude N 03.....                           | 15 |

|   |    |
|---|----|
| <b>Chapitre 02 : Démarche méthodologique.....</b> |    |
| 7. Approche théorique et méthodologique.....      | 17 |
| 7.1. Méthode de l'étude.....                      | 17 |
| 7.2. Approche théorique.....                      | 17 |
| 8. Outils de l'étude.....                         | 18 |
| 8.1. La technique d'observation.....              | 19 |
| 8.2. La technique d'entretien.....                | 19 |
| 9. Echantillon de l'étude.....                    | 20 |
| 10. Etapes de réalisation de l'enquête.....       | 21 |

### **Cadre théorique :**

|  |  |
|--|--|
| <b>Chapitre 03 : les généralités sur la communication organisationnelle.....</b> |  |
|--|--|

|  |           |
|--|-----------|
| <b>La section 01 : les caractéristiques de la communication organisationnelle :.....</b> | <b>25</b> |
| 1. l'origine de l'expression « communication organisationnelle ».....                    | 25        |
| 2. la définition de la communication organisationnelle.....                              | 26        |
| 3. les objectifs de la communication organisationnelle.....                              | 26        |
| 3.1. Informer.....   | 26        |
| 3.2. Motiver.....  | 26        |
| 3.3. Fédérer.....  | 27        |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>La section 02 : le mode de fonctionnement de la communication organisationnelle :.....</b> | <b>28</b> |
|---|-----------|

|   |    |
|---|----|
| 1. les modèles de la communication organisationnelle..... | 28 |
| 1.1. La communication descendante.....                    | 28 |

|   |           |
|---|-----------|
| 1.2. La communication ascendante.....   | 28        |
| 1.3. La communication latérale .....  | 28        |
| 2. les moyens de la communication organisationnelle.....                        | 29        |
| 2.1. Moyens écrits .....  | 29        |
| 2.1.1. Le Livret d'accueil.....   | 29        |
| 2.1.2. La plaquette institutionnelle.....                                       | 30        |
| 2.1.3. Le journal d'entreprise.....   | 30        |
| 2.1.4. Les Bulletins d'information, Lettres, notes et circulaires.....          | 30        |
| 2.1.5. Le panneau d'affichage.....  | 30        |
| 2.2. Moyens oraux .....   | 31        |
| 2.2.1. Les journées portes ouvertes.....  | 31        |
| 2.2.2. Les réunions.....  | 31        |
| 2.2.3. Le discours du directeur général.....                                    | 31        |
| 2.2.4. Présence.....  | 31        |
| 2.3. Les moyens technologiques .....  | 31        |
| 2.3.1. Le courrier électronique .....   | 31        |
| 2.3.2. Les blogs.....   | 32        |
| 2.3.3. Internet.....  | 32        |
| 3. les déterminants de la communication organisationnelle.....                  | 32        |
| 3.1. Les déterminants d'une bonne communication organisationnelle.....          | 32        |
| 3.1.1. La quantité de l'information.....  | 32        |
| 3.1.2. La qualité de l'information .....  | 33        |
| 3.1.3. La clarté de l'information .....   | 33        |
| 3.2. Les déterminants d'une mauvaise communication organisationnelle.....       | 33        |
| 4. Politique de l'entreprise et organisation.....                               | 34        |
| <b>Chapitre 04 : aperçu sur la satisfaction des salariés.....</b>               | <b>37</b> |
| <b>La section 01 : la valorisation de la satisfaction :.....</b>                | <b>37</b> |
| 1. la définition de la satisfaction informationnelle.....                       | 37        |
| 2. le lien entre motivation et satisfaction.....                                | 37        |
| 3. les indicateurs de la satisfaction des salariés à mesurer.....               | 38        |
| 3.1 l'environnement et les conditions matérielles .....                         | 38        |
| 3.2 le système de rémunération et les avantages divers .....                    | 38        |
| 3.3 le sentiment d'appartenance.....  | 38        |
| <b>Cadre pratique :</b>   |           |
| <b>Chapitre05 : Présentation des données.....</b>                               | <b>42</b> |
| 1. Présentation du lieu de la recherche.....                                    | 42        |
| 1.1. présentation du groupe Cevital.....  | 42        |
| 1.2. les caractéristiques du groupe Cevital.....                                | 43        |
| 1.3. L'historique de l'entreprise Cevital Agro-industrie.....                   | 44        |
| 1.4. L'historique de l'entreprise Cevital S.P.A d'Elkseur .....                 | 44        |
| 1.5. Situation géographique de Cevital S.P.A d'Elkseur .....                    | 44        |
| 1.6. Activité de Cevital S.P.A d'Elkseur.....                                   | 45        |
| 1.7. Les missions de l'organigramme.....  | 45        |
| 2. Présentation des données de la recherche.....                                | 48        |
| 2.1. La répartition de l'échantillon selon l'âge.....                           | 48        |
| 2.2. La répartition de l'échantillon selon le genre.....                        | 49        |
| 2.3. La répartition de l'échantillon selon le niveau d'instruction.....         | 49        |
| 2.4. La répartition de l'échantillon selon la catégorie socioprofessionnel..... | 50        |
| 2.5. La répartition de l'échantillon selon l'ancienneté.....                    | 50        |

|  |    |
|--|----|
| 2.6. La répartition des codes aux enquêtés .....   | 51 |
| <b>Chapitre 06 : Présentation des résultats.....</b>   |    |
| 3. Analyse et interprétation des données.....  | 53 |
| 3.1. Axe 01 : données relatives aux généralités sur la communication organisationnelle et les moyens les plus efficaces au sein de l'entreprise Cevital..... | 53 |
| 3.2. Axe 02 : l'influence La communication organisationnelle sur la satisfaction des salariés au sein de l'entreprise Cevital d'unité Elkseur.....           | 63 |
| 4. Analyse sémiologique.....   | 74 |
| 4.1. Figure 01.....  | 75 |
| 4.2. Figure 02.....  | 77 |
| 5. Discussion des résultats.....   | 79 |
| Conclusion.....  | 83 |
| Liste bibliographique.....   |    |
| Annexe .....   |    |
| Table des matières.....  |    |

## **Résumé :**

L'objet de ce mémoire de recherche porte sur la question de l'influence de la communication organisationnelle sur la satisfaction des salariés, La communication organisationnelle se définit comme l'ensemble des stratégies et des moyens de communication destinés aux salariés d'une entreprise ou d'une organisation pour organiser la circulation des informations et les échanges d'idées afin d'assurer la cohérence et la confiance, et pour renforcer les relations entre eux à travers les moyens de communication et pour atteindre l'objectif de la satisfaction des salariés.

L'objectif de cette recherche est d'étudier et de mettre une clarification sur l'influence de la communication organisationnelle sur la satisfaction des salariés, Identifier et démontrer les moyens de communication utilisés pour communiquer avec les salariés dans les besoins informationnels.

Pour cela nous avons effectué une étude au sein de l'entreprise Cevital d'unité Elkseur.

Concernant la population mère ; elle est constituée de : cent quatre vingt dix personnes, dans notre échantillon nous avons touché toutes les catégories socioprofessionnelles : trois cadres, trois maîtrises, quatre exécutants. Nous avons effectué des observations non participantes et des entretiens semis-directifs avec les salariés avec un guide d'entretien, nous avons utilisé l'approche fonctionnaliste car elle est en relation avec notre recherche et la méthode qualitative en adéquation avec notre thématique.

D'après les résultats obtenus dans notre recherche et en guise de conclusion ; la communication organisationnelle influe positivement sur la satisfaction de salariés, cela montre qu'il y a une bonne communication organisationnelle qui occupe une place importante et une forte satisfaction des salariés de Cevital d'unité Elkseur.

**Mots clés :** la communication, la communication organisationnelle, l'information, le message, l'influence, la satisfaction, le salarié, l'entreprise, l'organisation.

## **Abstract:**

The subject of this research paper was the influence of organizational communication on employee satisfaction. Organizational communication is defined as all the strategies and means of communication intended for the employees of a company. or an organization to organize the circulation of information and the exchange of ideas in order to ensure consistency and trust and to strengthen relations between them through the means of communication and for the purpose of achieving customer satisfaction.

Our objective of this research is to study and clarify the influence of organizational communication on employee satisfaction, identify and demonstrate the means of communication used to communicate with employees regarding informational needs, and carry out a study within the Cevital Company of the Elkseur unit.

Concerning the parent population, which is made up of one hundred and ninety people, in our sample we touched on all the socio-professional categories: three executives, three supervisors, and four performers. We carried out nonparticipating observations and semi-structured interviews with the employees with an interview guide; we used the functionalized approach because it is related to our research and the qualitative method in line with our theme.

According to the results obtained in our research, organizational communication has a positive influence on employee satisfaction. This shows us that there is good organizational communication as well as that it occupies an important place and has high employee satisfaction at the Cevital of Elkseur unit.

**Keywords:** communication, organizational communication, information, message, influence, satisfaction, employee, company, organization.



## ملخص :

ركز موضوع هذه المذكرة على مسألة تأثير الاتصال التنظيمي على رضا الموظفين. يُعرّف الاتصال التنظيمي بأنه جميع استراتيجيات ووسائل الاتصال المخصصة لموظفي الشركة. أو منظمة لتنظيم تداول المعلومات و تبادل الأفكار بما يضمن التناسق والثقة، وتوطيد العلاقات بينهما من خلال وسائل الاتصال ولغرض تحقيق رضا العملاء

هدفنا من هذا البحث هو دراسة وتوضيح تأثير الاتصال التنظيمي على رضا الموظفين ، وتحديد وإظهار وسائل الاتصال المستخدمة للتواصل معهم في الاحتياجات المعلوماتية ، لذلك قمنا بإجراء دراسة داخل شركة سيفيتال التابعة لوحدة القصر

فيما يتعلق عينة الأم التي تتكون من مائة وتسعين شخصًا، في عينتنا تطرقنا إلى جميع الفئات الاجتماعية والمهنية؛ ثلاثة مديرين وثلاثة مشرفين وأربعة رجال أعمال. لقد أجرينا ملاحظات غير مشاركة ومقابلات شبه مباشرة مع الموظفين مع دليل مقابلة، واستخدمنا النهج الوظيفي لأنه مرتبط بأبحاثنا والطريقة النوعية بما يتماشى مع موضوعنا

في الختام من خلال بحثنا و وفقًا للنتائج التي تم الحصول عليها، فإن التواصل التنظيمي له تأثير إيجابي على رضا الموظفين. وهذا يوضح لنا أن هناك تواصلًا تنظيميًا جيدًا كما أنه يحتل مكانًا مهمًا لموظفي سيفيتال وحدة القصر

الكلمات المفتاحية: اتصال ، اتصال تنظيمي ، معلومات ، رسالة ، تأثير ، رضا ، موظف ، شركة ، المنظمة