

**Université Abderrahmane Mira de Béjaia**  
**Faculté des Sciences Humaines et Sociales**  
**Département des Sciences Sociales**

**Mémoire de fin de cycle**

**En vue d'obtention d'un diplôme de Master en sociologie**

**Option : sociologie du travail et des Ressources Humaines**

**Thème :**

**L'impact des nouvelles technologies de l'information et de la  
communication sur l'entreprise algérienne  
Cas pratique : entreprise Alfaditex- Remila**

**Réalisé par :**

**-Mr Louanas Bouchakal**

**-Mr Ekhlef Aloui**

**encadré par :**

**Mme Nacera Houari**

**Année universitaire : 2014/2015**

# Remerciement :

*Nous tenons, avant toute chose, à exprimer nos vifs remerciements à toutes celles et à tous ceux qui, de près ou de loin, ont contribué à la concrétisation de ce travail.*

*Tout d'abord, nous adressons en premier lieu nos plus sincères remerciements à :*

*Notre encadreur Mme Nacera Houari pour ces conseils et ses orientations. Nous nous en profitons pour lui exprimer ici notre plus profonde gratitude pour la confiance qu'elle nous a accordée. Pour nous avoir consacré beaucoup de son temps, de son attention et de sa patience. Ses encouragements, son encadrement. Ses remarques, sa disponibilité, son écoute et sa compréhension ont largement contribué à ce que ce travail arrive à son terme aujourd'hui et nous lui en sommes très reconnaissants.*

*Nous tenons également à adresser nos plus chaleureux remerciements à la famille BOUCHAKAL et ALOUI, qui nous ont aidé par tout les moyens, qui nous ont soutenu sur tout les niveaux, et qui nous ont donné la volonté pour continuer les études.*

*A tous les travailleurs de l'entreprise ALFADITEX qui nous ont aidés à réaliser notre enquête.*

*Et enfin à tous les responsables de service RH de l'entreprise ALFADITEX.*

**LOUANAS / IKHLEF**

# Dédicace

*Je dédie ce modeste travail à la mémoire de mon père, à ma chère mère qui a souffert et qui est prête à sacrifier encore aujourd'hui son âme pour moi.*

*A mes très chères sœurs : ZOUNA et son époux Farouk sans oublier leur bébé lamine, à Malika et son époux MAKHLOUF, à ma petite sœur Lamia.*

*Sans oublier mes cousins surtout dada Brahim, sa femme et fille Sabrina.*

*A tout mes proches et amis, ainsi à toutes les personnes qui m'encouragent de près ou de loin.*

*A l'ensemble des travailleurs de complexe industriel ALFADITEX qui nous ont facilités la tâche durant notre stage pratique.*

**LOUANAS**

# Sommaire

## Introduction

### partie méthodologique :

1- Les raisons du choix de thème.....	01
2- Les objectifs de la recherche.....	02
3- La problématique.....	03
4- Les hypothèses de la recherche.....	06
5- Le cadre conceptuel .....	07
6- La Méthode et techniques de recherche.....	12
7- La population d'étude.....	17
8- Les études antérieures.....	18
9- Les difficultés rencontrées.....	19

### partie théorique

#### Section 01 : généralités sur les TIC

1- Définition et nature des TIC.....	20
2- Origine et histoire des TIC.....	20
3- Le domaine des TIC.....	21
4- Quelques composantes des TIC.....	21
5- Caractéristique des nouveaux moyens de communication.....	23
6- Le rôle des TIC.....	24
7- Quelques conséquences des TIC .....	24
A- La mondialisation des échanges.....	24
B- L'émergence de l'économie du savoir.....	25

#### Section 02 : les technologies de l'information et de la communication au sein de l'entreprise

<b>1-Dualité entre information et communication.....</b>	<b>26</b>
<b>A- Le déroulement de l'information au sein de l'entreprise :.....</b>	<b>26</b>
- L'information dans l'entreprise.....	27
A-1- Les sources de l'information dans l'entreprise.....	28
A-2- Les sources formelles et informelles.....	29
Les sources internes et externes.....	29
- Les chemins de l'information au sein de l'entreprise.....	30
<b>B- La communication organisationnelle ou le développement de la communication au sein de l'entreprise :</b>	
1- L'histoire de la communication organisationnelle.....	32
2- Les processus de la communication au sein de l'entreprise.....	33
3-Les modèles de communication au sein de l'entreprise.....	35
4-Le plan de communication au sein de l'entreprise.....	37
<b>2-Les différentes technologies d'information et de communication utilisées au sein de l'entreprise :</b>	<b>39</b>
<b>3-L'importance de s'investir pour l'entreprise dans le TIC :</b>	<b>42</b>
<b>4-Le rôle des TIC au sein de l'entreprise :</b>	<b>43</b>

# Sommaire

- La diffusion de l'information.....	44
- L'usage des TIC pour la commerce de produits(ou services) de l'entreprise :.....	44
A- Le rôle de l'internet.....	45
B- Le rôle de commerce électronique.....	46
<b>5-Les différentes applications de commerce électronique :</b>	
1-Les applications externes.....	47
2-Les applications internes.....	49
3-Les objectifs de commerce électronique.....	51
<b>Section 03 :L'impact des TIC sur la performance de l'entreprise algérienne :</b>	
- L'entreprise devant les TIC : comment réussir l'introduction des TIC dans l'entreprise?...	53
- La stratégie des entreprises face au TIC.....	54
- L'impact des TIC sur la performance des entreprises.....	57
- L'impact des TIC sur la productivité au niveau de l'entreprise.....	58
- L'impact des TIC sur l'emploi.....	59
- L'impact des TIC sur les ressources humaines.....	60
<b>Partie pratique :</b>	
<b>Section 01 : Présentation de l'organisme d'étude</b>	
1-Présentation d'ALFADITEX.....	62
2-Historique de l'entreprise TEXALG unité ALFADITEX.....	62
3-Donnée générale sur l'unité ALFADITEX.....	63
4-Direction du complexe TEXALG unité ALFADITEX.....	66
5-L'organisation interne de l'entreprise ALFADITEX.....	67
<b>Section 02 : Analyse et interprétation des résultats</b>	
1- <b>Axe 01</b> : Les caractéristiques personnelles des enquêtes.....	70
2- <b>Axe 02</b> : Relatif aux usages des TIC au sein de l'entreprise.....	75
3- <b>Axe 03</b> : L'impact des TIC sur la performance de l'entreprise.....	83
Discussion des hypothèses.....	91
<b>Conclusion</b>	
<b>Liste bibliographique</b>	
<b>Annexes</b>	

### La liste des abréviations :

**TIC**: la technologie d'information et de communication.

**NTIC** : nouvelle technologie d'information et de communication.

**EMF** : les entreprises multifactorielles.

**TCP** : transmission protocole control.

**WWW**: le world wide web.

**PME** : petit et moyen entreprise.

**IP** : interne protocole.

**EDI** : échange des données et des informations.

**Web** : world wide web, signifiant toile d'araignée « toile mondiale ».

**3G** : troisième génération (qui augmente les vitesses de téléchargement sur son mobile).

**E-commerce** : le commerce électronique.

**OCDE** : organisation de coopération et de développement économique.

**PIB** : produit interne brut.

## La liste des tableaux

---

### La liste des tableaux :

<b>Tableaux</b>		<b>Page</b>
N°1	Répartition de l'échantillon selon de sexe	76
N°2	Répartition de l'échantillon selon l'âge	77
N°3	Répartition de l'échantillon selon le niveau d'instruction	78
N°4	Répartition de l'échantillon selon la catégorie professionnelle	79
N°5	Répartition de l'échantillon selon l'expérience professionnelle	80
N°6	Relatif aux usages des tics au sein de l'entreprise	81
N°7	Relatif aux fréquences d'usage des tics au sein de l'entreprise	82
N°8	Relatif à la technologie mobilisée pour accomplir les taches au sein de l'entreprise	83
N°9	Répond à la question quel est l'outil informatique plus efficace	84
N°10	Relatif au type de connexion utilisée	85
N°11	Répond à la question relative à la manière dont les salariés leurs problèmes liés aux usages des tics au sein de l'entreprise	86
N°12	Relatif à la prise en charge des informations liées aux usages des tics assurés par l'entreprise pour ses salariées	87
N°13	relatif Répartition de l'échantillon selon à la relation entre la formation dans le domaine des tics et les catégories concernés par cette formation	88
N°14	Répond à la question : l'entreprise sensibilise tels ses employés sur l'importance des tics au travail	89
N°15	Répond à la question par quel moyen êtes nous informer sur les futures activités et rendez-vous de l'entreprise	90
N°16	Relatif aux rôles des tics au sein de l'entreprise	91

## La liste des tableaux

---

N°17	Relatif à la corrélation qui existe entre le tic et le climat d'échange à l'intérieur de l'entreprise	92
N°18	Répond à la question quel nature de travail que l'introduction des tics à encouragé ?	93
N°19	Relatif au point d'une personne des salariés sur des usages des tics au sein de l'entreprise	94
N°20	Relatif à l'impact des tics sur l'organisation	95
N°21	Répond à la question si l'usage des TIC permettra. D'orienter l'activité de l'entreprise vers des nouveaux produits ou services.	96



### La liste des figures :

Figure N° 01	Schéma de processus de communication	35
Figure N°02	le model de processus de communication	35

# Introduction

### **Introduction :**

Le vertigineux développement des technologies de l'information et de communication touche toutes les zones de la planète et occupe une place particulière au sein de notre vie quotidienne. Cet effet a donné lieu à ce qu'on qualifie aujourd'hui de « société de l'information » pour définir notre nouvel environnement.

La diffusion des TIC s'est fait plus rapidement qu'il a été prévu. Aujourd'hui, plus de la moitié de la population mondiale peut accéder aux TIC notamment grâce à la révolution de la téléphonie mobile. En effet, l'accès à ces nouvelles technologies devient plus aisé et leur rôle dans le développement socio-économique des pays.

Au cours de ces dernières années l'industrie des TIC a grandement contribué à la croissance des échanges commerciaux au niveau mondial ainsi qu'au développement du commerce intra entreprise. Il semble que la diffusion des TIC a plusieurs impacts non seulement en terme économique, mais aussi en terme social et politique, car les TIC présentent un grand potentiel dans la réduction des différences sociales et économiques. En ce sens, le dernier sommet mondial sur la société de l'information a considéré les TIC comme un dispositif clé pour le développement, avec des impacts directs sur l'éducation, la santé, la politique du gouvernement ainsi que sur le renforcement de la démocratie, la réduction de la pauvreté et la promotion de l'innovation et la croissance économique.

Actuellement la nouvelle économie, qu'on appelle Net économique ou E-commerce, fait l'objet de nombreuses recherches et a conduit les sociétés modernes à adopter des nouvelles formes de travail que l'entreprise doit affronter.

Depuis une trentaine d'années, les technologies de l'information et de la communication (TIC) sont devenues un nouveau facteur de la croissance économique de l'entreprise et de changement de plus en plus important. Les TIC sont petit à petit apparues dans le monde de l'entreprise afin de s'adapter à ces évolutions et mettre en place un management adapté,

pour une meilleure communication autant qu'interne (circulation de l'information via intranet, vidéo, conférence...etc.) qu'externe en diffusant l'information au public par le biais de ces nouveaux moyens de communication.

Nombreuses organisations font appel aux nouvelles technologies de l'information et de la communication dans l'objectif de perfectionner leurs spécialités, d'augmenter leur productivité et de minimiser leurs coûts, étant donné que ces moyens permettent l'amélioration des activités et assurent plus d'efficacité dans la réalisation du travail, compte tenu de l'évolution notamment rapide à la fois des technologies et des usages associés.

Pour traiter notre thème de recherche portant sur l'impact des TIC sur l'entreprise algérienne, cas de l'entreprise Alfaditex nous avons réparti notre travail en trois parties qui incluent au total cinq chapitres.

- Dans **la première partie** de ce travail nous présenterons la partie méthodologique de notre recherche, les raisons du choix du thème, les objectifs de ce travail, sa problématique, ses hypothèses. Nous tenterons aussi de définir les concepts clés, la méthode et les techniques utilisées pour la collecte des données sur le terrain, ainsi que la description de la population d'enquête et les difficultés rencontrées sur le terrain.

- **La deuxième partie** de ce travail sera consacrée à la partie théorique. Elle contient trois sections. La première section abordera des généralités sur les TIC, c'est-à-dire définition, histoire, domaines, composantes, caractéristiques rôles et conséquences des TIC. Deuxième section parlera des nouvelles technologies de l'information et de la communication au sein de l'entreprise où nous allons nous intéresser à plusieurs thèmes comme celui de la communication organisationnelle, les différentes nouvelles technologies d'information et de communication utilisées et leurs rôles au sein de l'entreprise. La section 03 s'intéressera à l'impact des TIC sur la performance, la productivité et l'emploi au sein de l'entreprise.

- **La troisième et la dernière partie** de ce travail de recherche traitera la partie pratique. Cette dernière est présentée sous deux sections. La première s'intéressera à la structure organisationnelle de l'entreprise dont il est question dans cette recherche, son aperçu historique et ses

différentes activités. La deuxième analysera et interprétera les données recueillies sur le terrain avant de passer à la discussion des hypothèses de départ et la conclusion finale.

**partie méthodologique**

### 1-Les motivations du choix du thème :

Aujourd'hui, **l'entreprise** est devenue comme l'un des **thèmes** les plus importants pour la **communauté scientifique** dans les différentes disciplines reconnues. Cela nous a motivés pour traiter une problématique qui touche cette dernière, ainsi nous avons choisi de traiter ce sujet car, pour nous, c'est un sujet très intéressant et qui est en évolution.

Il existe d'autres facteurs qui nous ont motivés à ce thème portant sur l'impact des TIC sur la performance de l'entreprise algérienne parmi eux :

- 1- Acquérir et élargir nos connaissances dans le domaine organisationnel.
- 2- Découvrir le rôle que jouent les TIC au sein de l'entreprise algérienne et voir si ces dernières peuvent être considérées un moyen qui guide vers le changement organisationnel.
- 3- Connaitre l'intérêt particulier que représentent les nouvelles technologies de l'information et de la communication pour l'entreprise algérienne. C'est-à-dire découvrir est ce que les TIC aident à l'organisation du travail et favorisent le développement.
- 4- découvrir si l'entreprise algérienne est adaptative au développement technologique et organisationnel mondial.
- 5- Montrer l'importance des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur la survie et la continuité de l'entreprise.

**2-Les objectifs de la recherche :**

Toutes les recherches scientifiques conduisent à des objectifs fixes. Les objectifs de notre recherche se résument comme suivant :

- 1- Enquêter sur l'état des lieux des TIC au sein de l'entreprise algérienne et découvrir les différentes sources technologiques utilisées par l'entreprise pour atteindre une performance maximale.
- 2- recueillir des informations qui seront utiles pour l'analyse de rôle des TIC dans l'entreprise.
- 3- L'importance de thème de la communication qui joue à la fois le rôle de l'adhésion et de l'intégration du personnel à l'entreprise.
- 4- découvrir la réalité des usages des nouvelles technologies de l'information et de la communication par les travailleurs.



### 3-La problématique :

Une entreprise économique est une **organisation** sociale qui rassemble des moyens humains, matériels et financiers, qu'elle utilise pour réaliser ses objectifs. Pour réussir, chaque entreprise doit réunir ses différentes ressources organisationnelles pour combler les divers besoins sociaux. En effet, l'entreprise est un système complexe, composée de plusieurs éléments, qui sont en interaction les uns avec les autres, afin d'augmenter la production et de rendre efficace la distribution de ses services.

Au sein de chaque entreprise, la communication aide à la compréhension de l'environnement organisationnel, en recourant à l'interprétation des différentes fonctions. Et aujourd'hui il semble très claire que le recours aux différentes technologies de l'information et de la communication est important pour que la communication réussisse à atteindre ses objectifs.

En effet, introduire les TIC au sein des entreprises, comme un système de base sous une forme de variables multiplicatives de la fonction de production, est un facteur essentiel. Les technologies de l'information et de la communication permettent d'accéder à l'information, sous toutes ses formes, de manipuler et de transmettre des volumes d'informations importantes entre les différents services et départements. Elles aident à préciser la répartition des responsabilités entre personnel lors d'exécution d'une tâche à l'intérieur de l'organisation, ainsi elles contribuent à un changement dans le processus du travail. Ces technologies facilitent la coordination entre les entreprises en permettant la neutralité des effets de temps et de la distance, la possibilité de conserver et d'utiliser la mémoire collective de l'entreprise et la contribution à la performance des activités des services de l'organisation. Les TIC *« s'imposent comme un pivot incontournable pour les orientations stratégiques, la relation client, la politique commerciale, réorganisation de la production... professionnalisation et pilotage des ressources humaines »*<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> -BRUNO Henriet et MAURICE Imbert, DRH, Tirez Parti des Technologies, édition d'organisation, Paris, 2002, P2.

Chaque organisation se caractérise par le groupe humain, la réglementation, la hiérarchie et la communication. Théoriquement on admet que le capital humain influence sur la performance des entreprises. Ainsi, la maîtrise des TIC dépend de fait du capital culturel personnel de chacun et de la place qu'il occupe dans l'entreprise. A cet égard, les TIC et les transformations organisationnelles liées à leur diffusion conduisent à des transformations de métiers qui touchent l'ensemble des collectifs de travail, y compris les salariés qui ne les utilisent pas directement.

Pour beaucoup d'entreprises algériennes, la communication n'est qu'une chose nouvelle et l'information vient de faire ses premiers pas; il s'agit d'adopter une nouvelle gamme des technologies et de laisser à côté tout un système ancien qui s'avère, avec l'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication, obsolète et technologiquement dépassé.

Le niveau de classement de l'entreprise algérienne en termes de l'utilisation des TIC est faible. Cela confirme la situation actuelle des TIC en Algérie qui nécessite un travail commun entre les médias et les spécialistes du domaine. L'entreprise algérienne ne va pas forcément dans le système d'information, elle va plus vers les machines pour produire ». Mais il semble que le rôle et l'importance de ces technologies feront en sorte que les entreprises s'y intéressent de plus en plus et elles sont obligées de se mettre à niveau pour pouvoir rattraper le retard.

la présente étude se penche sur cet aspect que nous voulons découvrir : la réalité d'usage des TIC et leur impact dans le milieu professionnel de l'entreprise ALFADITEX, Notre enquête sur terrain s'est fondée sur une problématique centrale formulée sous la forme d'une question de départ suivie par des interrogations secondaires.

**La question principale :** Nous souhaitons à travers notre modeste recherche répondre à la question principale suivante :

-Quel est l'impact des TIC sur la performance de l'entreprise algérienne ?

A partir de cette question principale, nous avons formulé d'autres **questions spécifiques**

- Est-ce que les salariés de l'entreprise utilisent les TIC ?
- Quelle est la fréquence et l'objectif de cet usage ?
- Est ce que l'adoption des TIC par les salariés favorise le changement des mentalités en milieu professionnel ?

#### 4-Les hypothèses de la recherche :

Les hypothèses sont pour le chercheur ce qu'est la lampe pour un voyageur de nuit. Dans un travail de recherche, il s'avère important d'être armé d'une hypothèse qui va nous aider durant notre travail sur terrain.

L'hypothèses « *est une proposition de répondre à la question posée ( ...) même plus au moins précise, elle aide à sélectionner les faits observés ( ...)* »<sup>1</sup>.

Élaborer les variables d'une hypothèse « *c'est transformées des faits plus au mois abstrait à des faits plus au mois concrets à observer.* »<sup>2</sup>

Cette formulation d'hypothèse(s) « *doit aussi s'accompagner d'une explication des manières et moyens de vérification, confirmation et/ou infirmation de ces mêmes hypothèses* »<sup>3</sup>

A fin de bien cerner notre problématique et dans le but de répondre aux interrogations citées ci-dessus, nous avons choisi d'orienter notre travail en formulant les deux d'hypothèses suivantes :

*-La diffusion des TIC au sein de l'entreprise algérienne ne s'est pas traduite par une égalité des chances d'accès entre les différentes catégories professionnelles.*

*-Les TIC sont utilisés massivement au sein de l'entreprise dans le but de faire promouvoir sa performance.*

---

<sup>1</sup> Gravitez .M, méthode des sciences sociales, paris, Dalloz, 3ième édition, 1976, p593.

<sup>2</sup> AKTOUF Omar, « méthode des sciences sociales et approche qualitatif des organisations », édition, presse de l'université de Québec, boul. laurier sain Foy, Québec, 1992, p11.

<sup>3</sup> AKTOUF OMAR, op cit, p 44.

## 5-Définition des principaux concepts clés :

Le concept est un élément très important dans toute recherche, car « *il organise la réalité en retenant les caractères distinctifs et significatifs* ». <sup>1</sup>

Les concepts que nous avons décidé d'adopter dans cette recherche et que nous estimons que se sont des concepts en relation directe avec notre problématique sont : Impact et usage, TIC et NTIC, entreprise et organisation, salarié, performance et compétence.

Avant d'entreprendre notre recherche, il nous semble important de commencer par l'explication de chacun des concepts adoptés. Pour ce faire, nous nous sommes appuyé sur quelques définitions qui ont été faites par les différents auteurs en sciences humaines et sociale et en sciences économiques, et ce dans le but d'adopter la définition la plus adéquate a notre travail de recherche.

### 1-Impact et usage :

#### A- impact :

Investissement direct et indirect, immédiat et lointain, d'une action. Le terme impact désigne les effets, les conséquences d'une action, d'une décision, d'un message, d'une réforme institutionnelle, sur les individus et sur le milieu social. Ce concept est utilisé avec précaution en sociologie du fait de la complexité et du retenu « *est retenu dans les études socio-économiques et économique-politiques pour étudier les conséquences des modifications économiques, technologiques et organisationnelles* <sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> GRAWITZ Madeleine, méthode en sciences sociales, 1<sup>er</sup> édition, Dalloz, paris, 2001.

<sup>2</sup> AKOUN-A et ANSART-P les autre, dictionnaire de sociologie, GAZAGUE RAYNAUD ( LE ROBERT-SEUIL ),octobre 1999,p 272.

**B- Usage :**

L'usage est l'ensemble des règles et des pratiques qui régissent les rapports sociaux et qui sont le plus couramment observées. En d'autres termes, l'usage c'est la pratique, c'est la manière d'agir, ancienne et fréquente, qui ne comportent pas d'impératif moral et qui est habituellement et normalement observée par les membres d'une société déterminée ou d'un groupe social donné.

**2-TIC et NTIC :**

Les expressions technologies de l'information et de la communication (TIC), nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) ou encore information technologies (IT) désignent tout ce qui relève des techniques utilisées dans le traitement et la transmission des informations, principalement l'informatique, l'internet et les télécommunications. TIC est le sigle de technologie de l'information et de la communication.

Par extension, elles désignent aussi le secteur d'activité économique de technologie de l'information et de la communication.

Avant de définir la notion des TIC, nous avons opté dans ce travail pour une définition approfondie de chacun des termes qui forment ce concept clés de notre recherche et qui sont comme suit : technologie/ information/ communication.

**A-Technologie :**

La notion technologie désigne un agrégat de techniques, méthodes, outils basés sur des mécanismes technologiques qui servent à l'analyse et l'étude des objets d'une façon automatique. La technologie peut être considérée dans une organisation comme une « *combinaison de ressources et de techniques qui*

*Permettent ... de créer un produit ou un service ».*<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> SAADON MéliSSa, avec le temps, édition d'organisation, paris, 1998, P156.

**B-Information :**

On entend par information : « *toute représentation d'une connaissance ... transmise par n'importe quel média textuel, numérique, graphique, narratif, sonore, cartographique ou audiovisuel* »<sup>2</sup>.

L'information est toute donnée qu'on reçoit chaque jour sur des faits récents dont on n'a pas encore d'idée. Ce concept doit être distingué de données de savoir et de la connaissance.

**C-Communication:**

La communication est l'échange finalisé ou intentionnel, dans un cadre donné, de message entre deux pôles avec l'intermédiaire d'un canal.

C'est l'action d'établir une relation avec quelqu'un ou de mettre quelque chose en commun avec une autre personne ou un groupe de personne et le résultat de cette action. Exemple : le dialogue.

**A-C'est quoi la communication au sein de l'entreprise ?**

La communication désigne l'ensemble des actions des entreprises en vue de donner la meilleure image d'elles. La communication au sein de l'entreprise vise à faire connaître les produits et les activités de l'organisation pour développer éventuellement les parts du marché, motiver et mobiliser l'ensemble de personnel. Ces actions reposent sur différentes techniques dites de directes (communication : relation presse, publicité, publicité courrier, téléphone...), logo de l'entreprise, emballage des produits, charte graphique, parrainage-mécénat, communication événementielle...etc.

---

<sup>2</sup> PHILIPPE BAUMARD, JEAN-ANDRÉ Benvenuti compétitive et d'information PARIS, 1998, P134.

## **A- Les technologies de l'information et de la communication :**

Les TIC sont « *l'ensemble des outils permettant d'accéder à l'information sous toutes ses formes, de la manipuler et de la transmettre, en s'appuyant sur des technologies de l'information ou de télécommunication* »<sup>1</sup>

Les TIC sont généralement des moyens qui se représentent sous des supports écrits, oraux ou audiovisuel. En ce sens nous pouvons énumérer plusieurs supports et techniques de communication : l'affichage, le journal de l'entreprise, le téléphone, le film publicitaire de l'entreprise que l'organisation peut utiliser pour mieux consolider sa politique de communication et mieux renforcer sa stratégie.

### **1- Entreprise et organisation**

#### **A-entreprise :**

L'entreprise est une organisation autonome de production de bien ou de service à finalité marchande. Le sens actuel de cette institution est double, il désigne soit une tentative de faire quelque chose (projet, dessin, aventure,...) soit une organisation prestataire de service ou de bien à caractère marchande.

« L'entreprise est une unité économique autonome qui combine et rémunère des facteurs de production pour produire et vendre des biens et des services sur le marché afin de réaliser des profils.

L'entreprise est, en gestion, « *une organisation finalisée qui coordonne différentes activités dans le cadre de fonction complémentaire* »<sup>2</sup>

L'entreprise est une construction humaine, ordonnée rationnellement, en vue de réaliser des objectifs déterminés. Elle est caractérisée par la division de travail, le caractère responsable de ses employés et le réseau de communication qui se tisse entre ses différents membres.

---

<sup>1</sup> JAVEAU Claude, *l'enquête par questionnaire*, 3<sup>ème</sup> édition, paris, 1999, p29.

<sup>2</sup> De BOISLANDELL Henri Mahi, *Dictionnaire de gestion vocabulaire : concept et outil*, Edition économique, paris, 1998, p147



## **B- organisation :**

Les sens relatifs au concept d'organisation sont multiples, évolutifs et parfois contradictoires. Par exemple, l'action organisée exige la coopération entre plusieurs individus dans le but de réaliser un projet en commun. Cette action organisée peut générer des processus de structuration variables allant de l'informel au très structuré.

«Une organisation est une unité de coordination, dotée des frontières repérables, fonctionnant dans la durée en vue d'atteindre un objectif partagé par ses membres » (p .Robbins ,1990). La structure d'une organisation peut être définie simplement comme total des moyens employés pour diviser le travail comme tâches distinctes et pour ensuite assurer la coordination nécessaire entre ces tâches »<sup>1</sup>

## **2- Salarié :**

Le salarié est celui qui effectue une prestation de travail sur demande de son employeur en contrepartie d'une rémunération.

## **Performance et compétence :**

### **A-performance :**

Le terme de la performance véhicule plusieurs sens différents selon son utilisation. En général, la performance se définit comme le résultat de l'action.

La mesure de la performance peut être entendue comme la mesure de postes obtenus. En gestion, la performance est considéré comme le terme le plus courant et le plus pertinent. Dans le même sens la performance exprime le degré d'accomplissement des objectifs poursuivis par une organisation. La performance est évaluée grâce à des indicateurs quantitatifs ou qualitatifs de résultat Les indicateurs peuvent exprimer un rapport entre un résultat obtenu et des moyennes mis en œuvre (elle mesure dans ce cas un degré d'efficacité)<sup>2</sup>

La performance d'une entreprise est indiquée par le rapport entre « *le coût, la performance des ressources mises en œuvre, le taux d'emploi, les capacités*

<sup>1</sup> DE BOISLANDELL Henri mahi, op cit, p300-301

<sup>2</sup> DE BOISLANDELL Henri Mahi, Dictionnaire de gestion vocabulaire :concept et outil,economica Edition, Paris,1998,p318-319.

*de travail qu'elles représentent et des indicateurs de maîtrise des processus de travail»<sup>1</sup>*

### **B-compétence :**

D'après A.AKOUN et A. PIERRE les compétences sont « les aptitudes et les connaissances générales, professionnelles ou théoriques... de nature plus adaptatif et efficace ... par apport aux normes et aux objectifs.<sup>2</sup>

Sandra bélier propose cette définition de la compétence : « la compétence permet d'agir et de résoudre des problèmes professionnels de manière satisfaisante dans un contexte particulier, en mobilisant diverses capacités.<sup>3</sup>

## **6-La démarche méthodologique :**

### **A- La méthode :**

Dans toute recherche scientifique, il est nécessaire d'employer une méthode qui permet de guider le chercheur dans son enquête pour la réalisation de ces objectifs. En effet, le terrain permet de tester les données et les connaissances préalables.

#### **6-1- Définition de la méthode :**

La méthode est notamment connue comme étant la manière que le chercheur utilise pour arriver à la résolution de la problématique. Dans son sens plus large la méthode est : « *un ensemble de règles au de procédés pour atteindre, dans les meilleures conditions, un objectif* <sup>4</sup>

La méthode est un ensemble organisé d'opération pour atteindre un objectif. Elle comporte des règles et de procédures qui, dans le but d'une

---

<sup>1</sup> TREILLE jean-Michel, Le pilotage de l'entreprise opérationnel, d'organisation Edition, paris, 2004, p254.

<sup>2</sup> AKOUN. A et ANSART.P et autres, (Le ROBERT\_SEUIL), octobre 1999, P272.

<sup>3</sup> CARRE(P) et CASPARE(P), traité des sciences et technique de formation, PARIS, DUNAD, 1999

<sup>4</sup> GRAWITZ Madeleine « lexique des sciences sociales », 7eme édition, Dalloz, 1999

science données, sont relativement indépendantes des contenus et des faits particuliers étudiés en tant que tels.

La méthode est définie par Maurice Angers comme « L'ensemble des méthodes et des techniques qui orientent l'élaboration d'une recherche et qui guident la démarche scientifique. »<sup>1</sup>.

Pour qu'un chercheur puisse mener à bien son enquête et arrivera à des résultats plus pertinents, il doit penser aux moyens à utiliser durant chacune des étapes de sa recherche. En d'autres termes, la méthodologie d'une recherche est « un ensemble de choix permettant de contrôler la quantité de processus de découverte et de retenir, en regard des critères scientifiques de validité et de fiabilité »

### **6-2- La méthode utilisée :**

La nature de notre objet de recherche nécessite d'employer une méthode d'analyse démonstrative dite aussi quantitative qui permet de déterminer l'existence du phénomène qui est les TIC et leur impact sur le rendement et la productivité de l'entreprise. Cette méthode est, pour nous, un moyen efficace qui va permettre de tester les hypothèses de notre recherche. L'analyse quantitative se définit comme étant la méthode « qui recueille des informations compatible d'un élément à un autre parmi l'ensemble des éléments et que cette comptabilité entre les informations permet de faire l'analyse des données ». <sup>2</sup>

### **B -Les techniques d'enquête :**

Les techniques sont des outils d'aborder les problèmes, lorsque ceux-ci sont précisés déjà. Toute recherche ou toute étude, en application de critères scientifiques en sciences sociales comme dans les sciences en générale, doit comporter l'utilisation des procédés opératoires rigoureux, bien définis. La technique est comme la méthode c'est une réponse à un comment. De plus, elle est un moyen pour atteindre un but, qui se situe au cœur des faits ou des étapes Pratiques.

---

<sup>1</sup> MAURICE Angers, initiation pratique à la méthodologie de recherche des sciences humaines, édition casbah, Alger, 1997, P336

<sup>2</sup> ANGERS Maurice, Initiation pratique a la recherche des sciences humaines, Edition Casbah, Université Alger, 1997, p130.

D'après Maurice Angers, les techniques sont « *l'ensemble de procédés et d'instruments d'investigation utilisés méthodiquement* »<sup>1</sup>.

Elles sont aussi « *ensembles des moyens mis à la disposition de chercheur pour réaliser son enquête. Elles sont limitées et connues chez la plupart des spécialistes en sciences sociales* »<sup>2</sup>.

1 Le choix de ces techniques, dépend de l'objectif poursuivi et lie lui-même à la méthode.

Dans chaque recherche à caractère scientifique, le chercheur doit sélectionner les techniques et les moyens de recueillir les informations.

Les techniques d'enquête mise en œuvres pour la réalisation de cette recherche sont les suivants :

### **6-1-Pré-enquête :**

Il considère comme une étape très importante dans notre recherche, car elle nous a permis de mieux connaître le terrain. Cette pré-enquête s'est déroulée au sein de l'entreprise étatique, complexe de fabrications textiles ALFADITEX TEXALG CPA, installée à SIDI AICH afin de recueillir plus d'information sur le sujet à traiter.

Selon GRAVEL « le but de la pré-enquête est tout d'abord de vérifier sur le terrain si l'instrument élaboré est d'une part, suffisant, d'autre part, correct pour recueillir les données dont on a besoin. On vérifie donc si les questions sont comprises dans le sens ou elles ont été élaborées »<sup>3</sup>

Cette étape nous a permis aussi de mieux cerner la problématique, dégager les hypothèses et fixer les objectifs. A travers la collecte des données sur l'entreprise, ses différents services et départements.

Cette pré-enquête a été effectuée du 15 mars au 15 avril 2015.

---

<sup>1</sup> GRAWITZ Madeleine Méthode des sciences sociales, 11ème édition, Ed. Dalloz Paris, 2001, P350.

<sup>2</sup> RAYMAND Boudon, Les Méthodes en Sociologie, Paris, PUF, 1997, p31

<sup>3</sup> Gravel Robert « Guide méthodologique de la recherche », PUF, Québec, 1978, P20

**6-2-L'observation :**

L'observation est indispensable à toute recherche. En effet, toutes les sciences sont orientées vers une vérification de ses propositions dans la réalité. À cet effet, nous avons utilisé cette technique dans l'investigation de terrain de recherche pour son efficacité dans la collecte des informations.

Qui se définit selon Madeleine GRAWITZ comme étant « La constatation exacte d'un fait à l'aide de moyens d'investigation et d'étude appropriée à cette constatation »<sup>1</sup>.

Le sens qu'on donne à la technique d'observation c'est de voir le degré d'évolution du phénomène d'étude. Dans cette étude, nous allons tenter de découvrir quel est l'impact des nouveaux outils d'information et de communication sur la productivité des biens et Services de l'entreprise à travers l'ensemble des facteurs observés comme le déroulement de la communication et l'usage des TIC dans l'entreprise.

---

<sup>1</sup> GRAWITZ Madeleine, Lexique des sciences sociales »7ième édition, Dolloz, 1999

### 6-3-Le questionnaire :

Le questionnaire est considéré comme un outil pour collecter des informations que nous allons analyser et interpréter. C'est à travers ce questionnaire que nous avons traduit l'objectif de la recherche à des questions.

Par définition, le questionnaire est un ensemble de questions dont l'ordre doit former un instrument de mesure valable. Le questionnaire est utilisé auprès des individus qui permettent de les interroger de façon direct.

Toutes les questions posées doivent traduire l'objectif de la recherche et susciter chez les individus interrogés des réponses sincères et claires.

D'après *Alex Mucheilli* le questionnaire se présente comme un document sur lequel sont notées les réponses ou la réaction d'un sujet déterminé.<sup>1</sup>

Afin de répondre au thème de recherche, la nature de ces questions posées sont soit fermées ou semi ouvertes.

C'est –à- dire identifier le degré de connaissance et de manipulation des ces outils numériques. Toutes ses observations ont donné une meilleure vision sur la population d'étude.

---

<sup>1</sup> JAVEAU Caudé, l'enquête par questionnaire, 3eme, paris, 1999, p97.

## 7 -La population étudiée :

Notre population mère contient effectivement 483 salariés, ils sont répartis comme suit : cadres, agents de maîtrise, agent d'exécution

Notre enquête porte sur un nombre de 19 Salariés travaillant dans l'entreprise étatique **ALFADITEX-REMILA, SIDI-AICH.**

### -Le type d'échantillonnage :

Afin d'avoir accès à notre population d'étude, nous avons nécessairement opté, par manque de choix et de libre circulation au sein de l'organisme d'étude, de faire recours à la méthode d'échantillonnage aléatoire simple qui se définit comme suivant : « prélèvement d'un échantillon par un tirage au hasard parmi les éléments de la population de recherche ».

La méthode d'échantillonnage aléatoire simple est un prélèvement au hasard parmi les éléments de la recherche afin de donner à chaque individu sa chance d'être sélectionné. Cela est justifié par la difficulté de connaître les catégories socioprofessionnelles que contient l'organisme d'accueil au niveau des différents services ainsi départements de l'entreprise ALFADITEX-REMILA.

Nous avons choisi un échantillon de 19 Personnes dont la totalité de l'effectif de l'entreprise est de 483 salariés.

### -La présentation de questionnaire :

Notre questionnaire est composé de(03) axes.

- le **premier axe** concerne les données personnelles telles que : Le sexe, l'âge, le niveau d'instruction, l'expérience et la catégorie professionnelle.
- le **deuxième axe** lié aux usages des technologies au sein de l'entreprise Alfaditex.
- le **dernier axe** : traite l'impact des TIC sur la performance d'Alfaditex.

## **8 -Les études intérieures :**

Le développement de la technologie à la fin de 20<sup>ème</sup> siècle est parmi les changements qui ont marqué à tout jamais nos sociétés, nos économies, nos politiques et, plus particulièrement, nos entreprises.

Parmi les études qui ont été réalisées sur le thème, nous pouvons citer deux études commençant par la plus ancienne pour en arriver ensuite au plus récente, selon l'année de leur réalisation.

### **-La première étude :**

Est l'étude du chercheur Cuy Justin Moumbe en 2005, pour un niveau de doctorat en sciences économie à l'université camerounienne de Yaoundé SOA(Cameroun). Sa thèse de doctorat est intitulée comme suit : la diffusion des TIC et la performance de l'entreprise camerounaise - cas des entreprises multifactorielles (EMF) de la ville de Yaoundé- .

L'objectif central de cette recherche, réalisée sur un échantillon de 35 entreprises multifactorielles (EMF), est de découvrir l'impact de la diffusion des TIC sur la performance des entreprises de micro finance de la ville de Yaoundé.

Dans sa première hypothèse consacrée à l'adoption de temps d'exécution des tâches, MOUMBE remarque, d'après ses recherches, l'absence de formation des gens qui utilisent ces nouvelles technologies. Concernant la deuxième hypothèse partant sur la variable d'évaluation de la clientèle, il est arrivé au résultat suivant :

Il y a une forte corrélation entre l'informatisation des établissements micro finance et l'augmentation de leur compétence d'un coté et l'évaluation de la clientèle d'une manière rigoureux de l'autre coté. A la fin de la recherche, le chercheur a réussi à confirmer son hypothèse de départ. D'après lui, les nouvelles technologies de l'information et de la communication ont une influence positive sur les entreprises en particulier les entreprise qui fournissent des services à leurs clientèles.<sup>1</sup>



**-La deuxième étude : –**

Réalisée par Abdelkader Rachidi en 2006 en vue d'obtention de diplôme de magister en science économique à l'université de Saida (Algérie).

Le chercheur à réalisé une étude sur « l'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication au sein de la société SONALGAZ - unité de la wilaya de Saida - cette recherche a été mené auprès d'un échantillon constitué de 77 cadres.

Son but principal est de montrer que les nouvelles technologies de communication apportent de nouveauté pour l'entreprise algérienne.

D'après le chercheur, les entreprises algérienne sont à la recherche des nouvelles idées qui permettent d'atteindre la performance et l'efficacité, et ce grâce au développement des technologies de l'information et de la communication. Ces dernières visent à modifié la vitesse des échanges commerciaux en imposant à l'entreprise algérienne actuelle un nouveau rythme communication d'une façon régulière et ont facilité la coordination entre les de travail et efficacité devant ses clients. En effet, ces TIC ont imposé une nouvelle culture de partage de l'information et des différentes tâches au sein de l'entreprise.<sup>2</sup>

**9-Difficultés rencontrées :**

A l'élaboration de ce modeste travail, nous avons rencontré quelque difficultés, nous avons été confronté à des retard lors de la récupération des questionnaires et malgré tous nos efforts, il ya des travailleurs qui n'ont pas rendu leurs questionnaire.

---

<sup>1</sup> ABDEKADER RACHIDI, L'IMPACT DES TIC SUR L'ENTREPRISE, UNIVERSITE DE SAIDA-MAGISTER, 2006

<sup>2</sup> ALAIN N.SONE Mbassi, recherche sur le climat d'investissement et l'environnement des affaires, dakar, november 2012

## **La partie théorique**

**Partie théorique :****Section 01 : généralités sur les TIC****1- Définition et nature des TIC****1-1-Définition des TIC :**

Les TIC regroupent les innovations réalisées en matière de volume de stockage et de rapidité, de traitement de l'information ainsi que son transport grâce au numérique et nouveaux moyens de télécommunication (fibre optique, câbles, satellites, techniques sans fil).

La définition internationale retient dans le champ des TIC toutes les activités économiques qui contribuent à la visualisation, au traitement, au stockage et à la transmission de l'information par les moyens électronique.

D'autre définition comme celle d'**HERBERT SIMON** (prix Nobel en sciences économique, 1978) qui s'est penché sur les caractéristiques de celles-ci. Selon **HERBERT** les TIC aident à rendre : « Toute information accessible aux hommes, sous forme verbale ou symbolique, elle existe également sous forme lisible sur ordinateur ...etc »<sup>1</sup>

**2-2-Nature des TIC**

A l'aube du nouveau millénaire, on assiste à la création de nouveaux produits hybrides qui combinent à la fois ordinateur et télécommunication en même temps que se développent la création et la diffusion de son et de l'image, de la reconnaissance vocales du langage parlé ou écrit associé au téléphone mobile.<sup>2</sup>

**2-Origine et histoire des TIC****2-1-Origine des TIC :**

L'expression « tekhnè logos » en grec correspond à un sens dérivé du mot technologie, qui signifie étymologiquement « étude des techniques »<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> BOUHENNA ALI, les enjeux des NTIC dans l'entreprise, université de tlemcen,p3

<sup>2</sup> BOULOC Pierre, NTIC :comment en tire profit,8 Edition,RIA,Paris,2003,p222.

<sup>3</sup> LE MOENNE Christian, sciences de la société :la communication organisationnelle en débat,la press universitaire du MIRAL,Paris,2000,p101.

## 2-2-Histoire des TIC

En effet, ces technologies ne sont pas toutes nouvelles comme nous laisse entendre le concept TIC. La première apparition de ces technologies remonte aux années 70 à l'époque où leur utilisation étaient strictement militaire.<sup>1</sup>

## 3-Le domaine des TIC

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication rassemblent trois domaines : les moyens de télécommunication, l'informatique et l'audiovisuel. Donc on peut regrouper les TIC dans les secteurs suivants:

- l'équipement informatique, serveurs et matériel informatique
  - les télécommunications et ses composantes.
  - Le multimédia.
  - le commerce électronique et les média électroniques.

## 4- quelques composantes des TIC :

Nous pouvons regrouper dans la catégorie des TIC, les quelques outils suivants :

**-ordinateur :** c'est une machine électronique qui fonctionne par la lecture séquentielle d'un ensemble d'instructions, organisées en programmes qui lui font exécuter des opérations logiques et arithmétiques sur des chiffres binaires.

---

<sup>1</sup> DOTIER Jean Francios,Dictionnaire des sciences humaines,paris,2004,p390

-**le modem** : c'est un périphérique servant à communiquer avec des utilisateurs distants. Il permet par exemple d'échanger (envoi /réception) des fichiers, des fax, de se connecter à internet, d'échanger des e-mails, de téléphoner.

-**le téléphone** : C'est un appareil de communication, initialement conçu pour transmettre la voix. Pour fonctionner, le téléphone nécessite une infrastructure terrestre ou spatiale et le réseau téléphonique.

-**le télécopieur ou téléfax** : c'est un appareil électronique qui convertis l'image de document en implosion électrique pour les transmettre à un destinataire.

-**réseau informatique** : c'est un ensemble d'équipements reliés entre eux pour échanger des informations, par analogie avec un filet. En effet, un réseau est un petit filet. On appelle nœud l'extrémité d'une connexion ou d'un équipement (un ordinateur, un routeur, un concentrateur, un commutateur).<sup>1</sup>

-**le téléphone mobile** : c'est une infrastructure de télécommunication qui permet de communiquer sans être relié à un câble.

-**intranet** : c'est un réseau informatique utilisé à l'intérieur d'une entreprise ou autre entité organisationnelle qui utilise les mêmes protocoles d'internet (TCP, IP, HTTP, IMAP). Parfois, le terme se réfère uniquement au site web interne de l'organisation, mais globalement, il représente souvent l'infrastructure informatique d'une organisation.

-**extranet** : un extranet (ou réseau interne étendu) est un réseau de télécommunication de type internet conçu pour faciliter les échanges entre une organisation sociale et ses correspondants extérieurs.

**Internet** : c'est le réseau informatique mondial, accessible au public, associant des télécommunications et des ordinateurs, serveurs et clients. Il est destiné à l'échange d'informations, des messages électroniques et des fichiers. Il fonctionne en utilisant un protocole commun « Protocol IP »<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> [Http://www.ces-NTIC/technologie-de-information-et-de-comm.html](http://www.ces-NTIC/technologie-de-information-et-de-comm.html).

<sup>2</sup> [Http //fr .scribd.com/doc/56664224/expose-NTIC](http://fr.scribd.com/doc/56664224/expose-NTIC).

**5-caractéristiques des nouveaux moyens de communication <sup>1</sup> :**

La nouveauté de ces technologies peut s'identifier à travers les caractéristiques suivantes :

**5-1-Efficacité et rapidité:**

Grâce aux TIC, on peut réaliser des tâches et des activités très rapidement

**5-2-Ubiquité :**

C'est la capacité de se retrouver au même moment sur plusieurs lieux.M

**5-3-Décentralisation**

C'est la caractéristique qui permet l'autonomie des usagers des NTIC. Car l'Internet nous offre aujourd'hui cette possibilité de continuité dans temps. On peut, par exemple, demander un service par internet sans respecter le délai de fermeture de guichet administratif.

**5-4-Interactivité :**

Celui qui utilise ces techniques est émetteur et récepteur en même temps. Les partenaires dans l'opération de communication peuvent échanger des rôles et cela provoque une sorte de rapprochement entre les différents acteurs et une certaine liberté d'expression.

**5-5-Mobilité :**

C'est-à-dire que l'utilisateur peut bénéficier toujours des services pendant ses déplacements, exemple : le cas d'un PC portable ou d'un téléphone portable.

**5-6- convertibilité :**

Les TIC peuvent transmettre des informations d'un milieu à un autre, exemple : transfert d'une lettre écoutée à une lettre écrite ou parlée.

---

<sup>1</sup> Abdelkader Rachedi, L'impact du tic sur l'entreprise, Université de Saida Magister 2006.

**5-7-répartition :**

Les TIC peuvent s'élargir pour englober un nombre plus élevé de personnes et couvrir une surface plus étendue avec une grande souplesse.

**6-le rôle des TIC :**

Les TIC rassemblent l'ensemble des ressources nécessaires pour manipuler, convertir, stocker, gérer, transmettre et retrouver l'information.

**7-Quelques conséquences des TIC****A- la mondialisation des échanges :**

La révolution de l'informatique et du commerce ont entraîné l'explosion des marchés financiers et des réseaux d'information. La transmission de données à la vitesse de la lumière (300.000 km par seconde) , la numération des textes, des images et des sons, le recours, devenu banal, aux satellites de télécoms, la révolution de la téléphonie, la généralisation de l'informatique dans la plupart des secteurs de la production et des services, la miniaturisation des ordinateurs ont contribué à chambouler l'ordre du monde grâce à la mise en place de réseaux planétaires.

La mise en place de ces technologies et leur utilisation personnalisée ont aussi facilité la mondialisation des échanges. Dès lors les frontières terrestres sont devenues virtuelles et les distances ont été totalement réduites voire supprimées par la simple action d'un clic de souris. Le monde professionnel a donc dû s'adapter afin de se préparer à évoluer avec ces nouveaux outils en les appropriant le plus rapidement possible.

**B-L'émergence de l'économie du savoir**

L'impact des TIC s'étend sur de multiples domaines, notamment sur t l'économie. Les secteurs de production et d'utilisation de ces nouvelles techniques acquièrent une part croissante du PIB des économies développées et émergentes, d'où le concept de « nouvelle économie » ou « économie du savoir ». Cela ne fait pas disparaître l'économie traditionnelle, mais fait du savoir et de la connaissance, des éléments clés de la compétitivité économique.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> SAINT-ETIENNE Christian, [l'impact d'internet sur l'économie française](#) :comment l'internet transforme notre pays, mars,2011,p17,PDF.



## Section 02 : La communication organisationnelle dans l'entreprise

### 1- La dualité entre l'information et communication :

Beaucoup confondent les deux notions l'information et la communication, les assimilent ou ne font pas la distinction, alors que l'information est le contenu du message, la communication est le processus qui permet de la mettre en forme et de la diffuser.

L'information est un concept qui désigne un message, son contenu et les symboles utiles pour l'écrire. Elle repose sur des codes (l'alphabet, pictogramme, chiffres) et un champ sémantique commun pour être appréhendé.

La communication est la capacité d'établir une relation avec les autres personnes ou groupes de personnes, de leur transmettre quelque chose et de mettre en place un moyen, des techniques pour transmettre ces choses. Elle repose également sur des codes précis, communs entre le communicateur et ses publics.<sup>1</sup>

La communication est un art, celui de formater et de véhiculer une information. Si les deux sont intimement liés, il convient de faire la distinction entre le contenu et les moyens, l'information est un message opportun qui doit être transmis à des public cibles, le premier travail du communicateur est donc de vérifier l'opportunité de l'information : est-elle pertinente ? Son contenu veut-il la peine d'être diffusé ? Quel est mon intérêt derrière sa diffusion ? A qui doit-elle être transmise ? Quel public peut-t-il être intéressé par cette information ? Comment va-t-elle être transmise ? Quel est le meilleur moyen pour toucher ce public ?<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> DEMONT-LUGOL Lilaine et autre, communication des entreprise et pratiques, 2eme Edition, Armand colin, paris, 2006, P59

<sup>2</sup> NGUYAN-THANH Fannelly, la communication une stratégie au service de l'entreprise, Edition economica, paris, 1999, p67.

Le processus qui lie information et communication repose donc sur quatre étapes :

- 1- l'obtention de l'information. Elle peut être créée ou récupérée.
- 2- la création d'un message contenant de l'information doit être formulée sur la base des codes de l'information et de la communication.
- 3- la définition du ou des publics doit être cerner au plus juste afin de ne pas noyer l'information à véhiculer dans la masse.
- 4- la transmission de ce message : l'information formulée doit être diffusée par le canal le plus optimal pour toucher le ou les publics définis.

L'information est statique. Elle peut exister indépendamment de sa mise en forme et de sa transmission. La communication par contre ne peut exister s'il n'y pas une information à transmettre.<sup>1</sup>

### **A-Le déroulement de l'information au sein de l'entreprise:**

#### **- l'information dans l'entreprise :**

Dans tous les secteurs d'activité de toute entreprise, l'information est devenue le « nerf de la guerre ». Disposer de l'information utile avant ses concurrents et savoir la rendre disponible, pour ceux qui savent en tirer profit à l'intérieur de l'entreprise, sont des éléments qui permettent de faire la différence.

---

1 VIGINE LETHIAIS, WIDED SMATI, Appropriation des tic et performance des entreprises, enquête, Marsouin, France, 2008, page 05-06.

Il y a peu de temps, disposer de l'information pertinente était réservé à une élite. Aujourd'hui, l'information est accessible à tous, et les entreprises attendent que tous les décideurs soient capables de filtrer l'information pertinente, de la transformer, de la rendre disponible, de la communiquer afin d'en tirer une connaissance.

L'importance de l'information dans nos entreprises est primordiale et son rôle ne cesse d'augmenter de plus en plus. Il a fallu 15 ans, de 1990 à 2005, pour voir l'importance de l'information doublée dans les entreprises. Aujourd'hui, une entreprise peut doubler son capitale informationnel tous les 72 jours !

L'information est un service dont le coût est faible pour celui qui la fournit, mais dont la valeur ajoutée est très forte pour celui qui la reçoit et sait en tirer profit.

Organisation, structuration, tirer profit, visualisation, reporting sont tous un tas de défis auxquels doivent répondre les gestionnaires en vue de maîtriser leur capital informationnel. Il existe aujourd'hui une panoplie de logiciels, techniques et sciences pour aider le gestionnaire à prendre des décisions.<sup>1</sup>

L'information dans l'entreprise permet de faciliter la prise de décision et diminue le risque et l'incertitude. Elle est « *considérée comme un instrument de liaison avec l'environnement en favorisant la communication avec les clients et fournisseurs. Elle est aussi un facteur de motivation des salariés et même un facteur d'efficacité dans le quotidien de l'entreprise* »<sup>2</sup>

### **-Les sources de l'information dans l'entreprise :**

Il existe une grande variété de sources, les unes plus pertinentes que les autres. Pour une démarche de veille informationnelle efficace, l'entreprise devrait inclure plusieurs sources formelles, informelles, internes et externes.

Nous entendons par source, tout support qui gère et stocke de l'information, comme les logiciels d'application bureautiques, les bases des données et les messageries électroniques. Ces sources sont souvent multiples :

---

<sup>1</sup> <http://www.petite-entreprise.net/P-3079-81-G1-L-information-dans-l-entreprise>.

<sup>2</sup> DEMON-LUGOL Liliane et autres, communication des entreprises stratégie et pratique, 2ème Édition. Armonia colin, paris, 2006, p 95.

**A-1- Les sources formelles et informelles :****-les sources formelles (ou sources ouvertes)**

Sont celles qui contiennent un support (support magnétique, papier, micro, fiches ...). Elles regroupent pour l'essentiel les catégories suivantes : les médias (généralistes ou professionnels), les livres, les banques de données, les CD- Rom, les brevets, les sources d'information légales...etc. .

**-les sources informelles (sources fermées)**

Sont celles qui n'appartiennent pas à la première catégorie et qui nécessitent généralement des actions de terrain (fournisseur, concurrents, sous-traitant, voyage d'étude, expositions, colloques...etc.). La caractéristique de ces sources et l'information qu'elles procurent nécessite un effort personnel de l'individu qui veut la collecter. Il faut être en contact, c'est-à-dire, se déplacer, passer de temps, pouvoir entendre, sentir, toucher, de manière à la percevoir.<sup>1</sup>

**A-2-les sources internes et externes de l'entreprise :****- les sources internes :**

Selon **Yues Negro**, les sources d'informations internes sont disponibles dans toute entreprise.

Les informations internes sont peu coûteuses et directement exploitables par l'entreprise. Ils doivent être organisées en permanence, surveillées et actualisées. Elles constituent la mémoire de l'entreprise.

**- les sources externes:**

Sont des informations qui viennent d'acteurs extérieurs à l'entreprise et peuvent être soit formelles (études documentaires) soit informelles (observation et entretiens). Les « *sources d'information externes ne sont souvent ni gratuites, ni immédiates, ni suffisantes, ni forcément pertinentes* »<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Dou (Henri), veille technologique et compétitivité, édition Dunod, Paris, 1995, p234.

<sup>2</sup> Negro (Yues), l'étude de marché, édition Vuibert, Paris, 1987, p 81.

**-les chemins de l'information au sein de l'entreprise :**

La circulation de l'information dans toutes les entreprises est obligatoire, ce déroulement est inscrit dans une réalité économique. Dans ce cadre, Le chef doit être renseigné sur le travail qui est mis en exécution et s'informer du l'état d'esprit du groupe auquel il commande : « information ascendante ».

**- voix horizontale ou transversale :**

La voix horizontale est une communication entre départements ou services, ou entre deux personnes de même niveau hiérarchique. Elle peut se définir comme « la qualité de partager l'information entre pairs à des niveaux similaires ».

Cette forme de communication favorise énormément les échanges entre les différents acteurs de l'entreprise. Dans la perspective de partager les connaissances et d'intégrer tous les employés dans la prise de décision, il n'est pas rare que l'information ne parvienne pas aux employés. Elle est le plus souvent bloquée au niveau supérieur.

C'est pourquoi des réunions, des sérieux débat au sein de l'entreprise sont les bienvenues. Ici, Intranet et le journal d'entreprise sont aussi les outils les plus répandus. Dans la communication horizontale il n'ya aucune notion de hiérarchie.

Dans les petites structures, cette forme de communication se fait automatiquement, chaque employé connaît l'autre et peut communiquer avec lui facilement. Les occasions de rencontres et de dialogues sont très fréquentes. La communication horizontale regroupe un ensemble de moyens tel que les rencontres de réflexion du travail, affichages, notes d'information, journal interne, pauses déjeuner)<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> <http://master.firm.com/t173-topic>

**- voix descendante ou hiérarchique :**

Elle s'adresse à l'ensemble des salariés. Elle part du haut de la pyramide hiérarchique vers les employés et les ouvriers.

C'est la communication du « haut vers bas ». Son but est de diffuser les informations réglementaires (règlement intérieur, mesure de sécurité), résoudre les conflits internes, informer et expliquer un projet à l'ensemble du personnel.

Les supports utilisés dans ce type de communication sont le journal interne, les réunions, les notes d'affichage, le serveur internet, le fax...etc.

**- voix ascendante:**

Elle part des salariés pour remonter vers la hiérarchie ou la direction. C'est la communication dite du « bas vers haut ». Elle peut être provoquée et organisée par les syndicats comme elle peut être spontanée. La « communication ascendante » permet de vérifier et de détecter d'éventuelles anomalies en matière de communication interne dans l'entreprise et faire remonter par la suite à la direction les réclamations et les attentes des salariés à travers un dialogue et une écoute active. Ce type de communication peut passer par les formes de dialogue, de boîte à idée, de journal syndical, des sondages ....etc.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> GLIKMAN Viviane, La formation e-formation entre globalisation des produits et pinirait des services, bougues-globalisme et pluralisme, Montréal, Avril 2002, p02.

## **B- La communication organisationnelle ou le développement de la communication au sein de l'entreprise :**

### **- L'histoire de la communication organisationnelle :**

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

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

Il est à noter qu'Henri Fayol a été explicitement reconnu à l'international comme un des penseurs inaugurant puis influençant de façon centrale les connaissances et les conduites des phénomènes de « business administration », spécialement dans les business schools américaines.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> DETERIE Philippe et BROYER Catherine, la communication interne au service de management, 2<sup>e</sup> édition, édition liaisons, paris, 2001, p93.

**- Le processus de la communication au sein de l'entreprise:**

La communication dans entreprise essaie de construire une personnalité reconnaissable pour tous les publics que soit à l'intérieur ou à l'extérieur de l'entreprise. Son processus signifie que la réalisation d'un travail ajoute une nouvelle valeur. S'interroger sur les processus de la communication, c'est se demander ce qui se transforme pour que ce sens prenne corps ou évolue lorsqu'une communication aura lieu.<sup>1</sup>

En général, le model de processus de communication comprend six étapes qui sont comme suit :

**-étape 1 :**

L'émetteur conçoit l'idée de transmettre à quelqu'un d'autre une information.

**-étape 2 :**

L'émetteur encode l'information en la transformant à un langage composé de symboles, des mots, des signes...etc.

**-étape 3 :**

L'émetteur lorsqu'il s'adresse à son interlocuteur veut toujours atteindre son but. Par exemple, diffuser un savoir, modifier un comportement, provoquer un acte précis, ou transmettre une émotion, passer une opinion...etc.

**-étape4 :**

Elle concerne la réception du message par le récepteur qu'il soit une personne ou un groupe. On parle de la personne à qui le message a été destiné.

**-étape 5 :**

Cet étape représente le décodage du message, soit son interprétation par le récepteur, c'est- à ce moment là que la communication prenne son sens exacte.

**-étape 6 :**

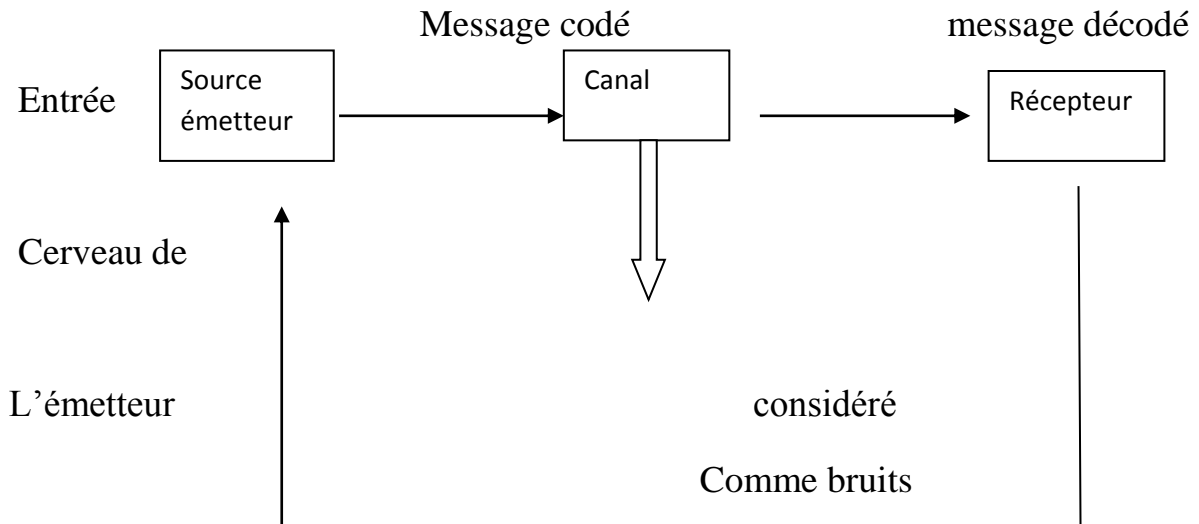
---

<sup>1</sup> Alex Mucchielli, Jean Antoine Carbalan, Valérie Ferrandez, « théorie des processus de la communication », édition Armand colin, Paris, 1998, p 23.



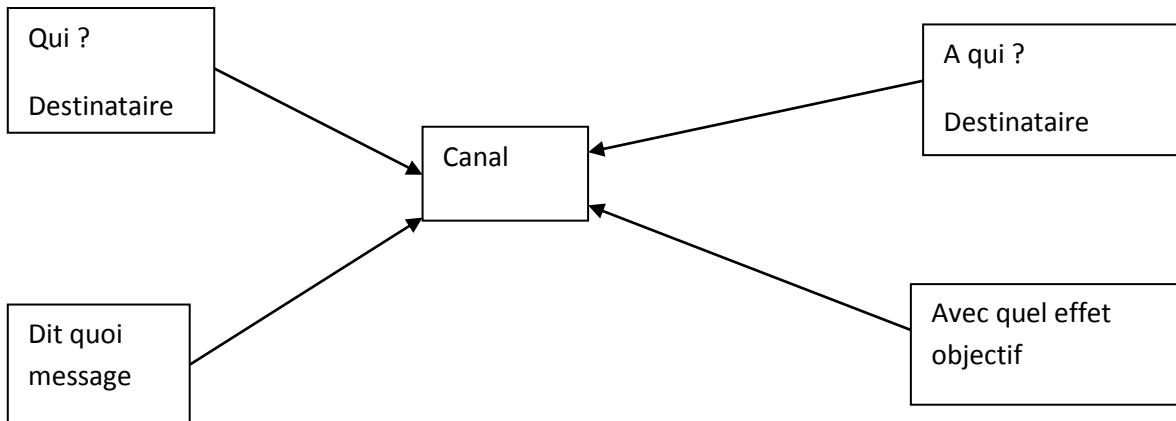
La dernière étape de processus de la communication est la réception du message par le destinataire qui va lui attribuer une signification lui permettant de l'utiliser.

**Figure n° 1 : schéma de processus de communication :**



Source : <http://nalya.canalblog.com./archives/2008/01/09/7499662.html>

**Figure n°2 : le model de Lasswell (1948) :**



Source: [http://olivier-moch-Over-blog.net/article-les modèles de communication72295675.html](http://olivier-moch-Over-blog.net/article-les%20mod%C3%A8les%20de%20communication72295675.html).

En effet, *Harold Lasswell* est l'un des pères de la communication moderne. C'est lui qui en a défini le principe fondamentale des cinq (05) questions : qui dit, quoi, à qui, par quel canal, et avec quel effet ?

Ce modèle entrevoit la communication comme un processus d'influence et de persuasion et dépasse la transmission simple du message.

- **Les modèles de communication au sein de l'entreprise :**
- **communication descendante :**

La communication descendante est, par définition, celle qui part de haut de la pyramide de la hiérarchie pour atteindre les employés en passant par ce relais par les cadres et par les différents outils tels que le journal interne. Elle répond à la première fonction de la communication qui est la diffusion des informations réglementaires.

Ces informations bénéficient également d'une diffusion à travers des panneaux d'affichage. La communication descendante permet aussi de mieux faire connaître l'environnement de l'entreprise. C'est un instrument de management qui peut être tout à fait positif s'il est géré avec objectivité. Il est essentiel que cette communication reste en permanence un instrument d'information au service des salariés afin de leur donner le sentiment réel qu'ils sont pris en considération et leur permettre de se situer dans l'organisation et le fonctionnement global de leur entreprise.

Les principaux outils de communication descendante fonctionnent selon le schéma suivant : informer-expliquer-convaincre-faire adhérer. La communication descendante reste la forme de communication la plus fréquente pour mettre en place une communication interne qui serait uniquement descendante sans laisser aux salariés la possibilité de s'exprimer.

La communication descendante n'est donc pas suffisante, elle doit être complétée par la communication ascendante.

**- communication ascendante :**

À l'inverse de type de communication précédente, la communication ascendante part de la base, c'est-à-dire des salariés, pour remonter vers la hiérarchie. Elle peut être provoquée ou spontanée. Le développement de cette communication répond à trois objectifs : enquêter -détecter-stimuler.

Elle peut revêtir plusieurs aspect, elle est formelle lorsqu'elle est structurée (exemple : questionnaire) et qu'on connaît l'émetteur et le récepteur, et informelle lorsqu'elle n'est pas structurée mais que l'on peut identifier l'émetteur et le récepteur (ex : un bruit ou une rumeur). On l'appelle aussi le « feed back » lorsqu'elle est une réaction simple à une nouvelle ou à une prise de décision de la part de la hiérarchie. Qu'il s'agit de communication ascendante ou descendante, l'information passe toujours par le même circuit : émetteur-transmetteur ou relais- récepteur.

En revanche, selon qu'il s'agira de communication ascendante ou descendante, les émetteurs deviennent récepteurs et vice versa. Les relais ou transmetteurs quand à eux ne changent pas de position.

**- communication interactive ou latérale :**

Ce type de communication interne découle de manière logique des deux autres. En ce sens, il les complète. C'est souvent au cours de réunions, d'occasions commerciales ou de rencontres informelles entre salariés, dans la cantine ou auprès de la machine à café, que les échanges les plus riches se produisent. Il est à rappeler que ces endroits sont des lieux de communication latérale ou interactive.

Des outils issus de technologies comme intranet, semblent bien adoptés à cette communication. On peut y intégrer des informations diverses telles qu'un calendrier des événements d'entreprise, la revue de presse des petites annonces...etc.

A travers ces différents moyens, il est possible de créer un flux d'échange important d'informations personnelles, cependant pour que la relation se déroule bien et soit constructive, il est indispensable de procéder avec méthode, c'est-à-dire informer et former le personnel, soigner la conception des messages, assurer

une bonne circulation, mise à jour et surtout garantir une réponse aux questions posées. <sup>1</sup>

### 5- le plan de communication au sein de l'entreprise :

Le plan de communication est un outil stratégique très intéressant dans le développement d'une institution. Il organise, planifie et oriente l'ensemble des actions de communication.

En le réalisant, l'institution force à ses publics (internes et externes) à avoir des outils de communication, à utiliser les messages les plus adoptés. Ce tout prend la forme d'un calendrier organisé, planifié et évolué dans le temps.

La planification intelligente et prometteuse d'une communication devrait s'inscrire dans ce plan stratégique de toute organisation.

---

1 BAYLON Christian et MIGNOT Xavier, la communication : les outils et les formes de la communication ; une présentation méthodique et illustrée, 2<sup>ème</sup> édition, Nathan, p 312-386.

---

Elaborer un plan de communication au sein de l'entreprise vise les objectifs suivants :

**-Comprendre :**

La formation vise tout d'abord à fournir des outils conceptuels et analytiques pour comprendre le fonctionnement de la communication au sein de toute institution.

**-Analyser :**

Avant de se plonger dans la réalisation de plan de communication, il importe de situer ce qui réellement « en jeux » et de cerner le rôle de la communication dans la stratégie et la dynamique de entreprise.

**-Appliquer :**

Il s'agit d'offrir aux participants les outils méthodologiques pour concevoir et gérer un plan de communication afin qu'ils puissent l'appliquer à leur institution.

La formation permettra ainsi de prendre connaissance de la structure de base de plan de communication. Structure qui pourra servir la conception d'un plan de communication nouveau ou donner aux participants des moyens d'évaluer un plan existant.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Beau Dominique et DAUDEL Sylian, stratégie d'entreprise et communication, édition Dunod, paris, 1992, p 85.

## **2 -les différentes technologies d'information et de communication utilisées au sein de l'entreprise:**

Parmi les technologies de l'information et de la communication les plus utilisées dans les entreprises économiques, on peut citer :

### **2-1- intranet :**

un intranet est un ensemble de service accessible à partir des postes d'un réseau local. Il est invisible ou inaccessible de l'extérieur. Il consiste à utiliser les standards client-serveur de l'internet en employant les protocoles TCP/IP, comme par exemple l'utilisation de navigateurs internet client, basé sur le protocole http et des serveurs web protocole http, pour réaliser un système d'information interne à une organisation ou à une entreprise.

Le système d'intranet repose généralement sur une architecture à trois niveaux:

1- un client navigateur internet.

2- un ou plusieurs serveurs d'application (middleware) : un serveur web permettant d'interpréter des scripts GCI, PHP, ASP, ou autres, et les traduire en requêtes SQL afin d'interroger une base de données.

3- un serveur de bases de données.

Un intranet possède naturellement plusieurs clients qui sont les ordinateurs du réseau local. Il peut aussi être composé de plusieurs serveurs. Une grande entreprise peut, par exemple, posséder un serveur web pour chaque service afin de fournir un intranet composé d'un web fédérateur liant les différents serveurs gérés par chaque service.

L'intranet dans l'entreprise permet de mettre à la disposition des employés des documents divers et variés ; cela facilite l'accès centralisé et cohérent à la mémoire de l'entreprise. Dans ce cas, on parle de capitalisation de connaissances. De cette façon, il est généralement nécessaire de définir des droits d'accès pour les utilisateurs de l'intranet aux documents présents, et par conséquent une authentification de ceux-ci afin de leur permettre un accès

personnalisé à certains documents (textes, images, vidéos, sons,...) mis à disposition sur intranet.

### **2-2-Extranet :**

Un extranet est une extension du système d'information de l'entreprise à des partenaires situés au-delà du réseau.

L'accès à l'extranet doit être sécurisé dans la mesure où ce dernier offre un accès au système d'information à des personnes situées en dehors de l'entreprise.

Il peut concerner une authentification simple (authentification par nom d'utilisateur et mot de passe) ou d'une authentification forte (authentification à l'aide d'un certificat). Il est conseillé d'utiliser http pour toutes les pages web consultés depuis l'extérieur afin de sécuriser le transport des requêtes et des réponses http et d'éviter notamment la circulation du mot de passe en clair sur le réseau.

Un extranet n'est donc ni un intranet, ni un site internet. Il s'agit d'un système supplémentaire offrant aux clients d'une entreprise, à ses partenaires ou à des filiales, un accès privilégié à certaines ressources informatiques de l'entreprise par l'intermédiaire d'une interface web.

### **2-3-internet :**

Internet a émergé dans les années 90 avec l'apparition d'un système de navigation facilitant la recherche et la gestion de l'information. Il est la hiérarchie des réseaux interconnectés qui sont liés par des artères à haute débit. Il utilise un protocole qui fonctionne selon la base TCP/IP. Ce couple de protocole est met pour faciliter la communication entre les machines.

Le Word Wide web /WWW/ interface la plus communément utilisée sur le réseau télématique internet. Le Word wide web, que l'on pourrait traduire en français par « toile d'araignée mondiale », a permis d'ouvrir ce réseau internet au grand public en facilitant la consultation des sites.

Le www est un outil de communication mondiale très puissant, un multimédia interactif et source illimitée d'informations et de connaissance. Il offre aux utilisateurs la possibilité de consulter en ligne des informations

présentées sous forme d'archives, de magazines, de pages, de livres, de bibliothèques publiques et universitaires, de centres de documentation à usage Professionnel, ...etc.

### **2-4-Le Groupware :**

**Group** : désigne un processus international de travail en groupe.

**Ware** : désigne un processus intégrant les outils logiciels.

le **Groupware** :

c'est un ensemble des moyens technologiques qui peuvent assurer au travail collaboratif d'atteindre ses objectifs et de réaliser les fonctions de processus de communication. Ces fonctions s'appuient sur la nécessaire mémorisation des travaux de groupe et servent ainsi à organiser l'information entre les membres de groupe. ces technologies facilitant le travail de groupe ; voir de plusieurs groupes sur un ou plusieurs projets en offrant la façon synchrone et asynchrone.<sup>1</sup>

### **2-5-Le Work flow :**

C'est un logiciel qui permet d'organiser, faire fonctionner et contrôler un processus. Le Work flow comporte la définition des marques des documents échangés entre les acteurs du processus et les règles qui codifient son fonctionnement : programmation des routages, délais, alarmes, compteurs des délais et de volumes et édition de comptes rendus automatiques.<sup>2</sup>

Le Work flow sert à modéliser et à automatiser les flux d'informations de l'entreprise. Par exemple, certains documents comme les dossiers d'assurances, les prêts ou les notes de frais doivent suivre un parcours prédéterminé au cours de leurs élaborations. De cette manière, le work flow définit les circuits de cheminement pour chaque type de dossier en précisant les intervenants, les délais, les opérations et les approbations de validation.

---

<sup>1</sup> Bouloc pierre, NTIC, comment en tire profit, 8Edition, paris, 2003, p229.

<sup>2</sup> Fabian Granjan, Benoit Lelong et Jean-Luc Metzger, Inégalité numériques. Clivage sociaux et mode d'appropriation des TIC, Hermès Lavoisier, paris, 2009, p644-645.



### **3-l'importance de s'investir pour l'entreprise dans les TIC :**

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

Lorsque les entreprises choisissent leurs facteurs de production, elles le font en fonction du prix relatif et de la production marginale. La progression des performances et la forte baisse des prix des TIC conduit naturellement à substituer les TIC à d'autres facteurs de production.

L'investissement dans les technologies de l'information et de la communication a, en effet, considérablement progressé dans les pays développés connaissant des taux de croissance à deux chiffres entre 1980 et 2000, et représentant entre 10 et 20 de la formation brute de capital fixe non résidentiel du secteur privé (hors des dépenses de logiciels et services informatiques).

La diffusion de ces technologies s'est encore accélérée dans la seconde moitié des années 90. Cet effort d'investissement s'est surtout concentré sur le secteur des services. Les exemples d'économie de coût liés à de tels investissements abondent. Ainsi, l'entreprise « Amoco » a pu, en utilisant une technique d'exploration sismiques à trois dimensions, réduire le coût d'exploration pétrolière de près de 10 dollars par baril en 1991, la plus importante de chaîne de distribution au monde, l'américain WAL MART, a économisé près de 20% des coûts de livraison par camion en équipant plus de 4000 véhicules d'ordinateurs, de téléphone mobile et de système de positionnement par satellite. Le Coût des services bancaires a également considérablement baissé : une transaction bancaire sur internet revient à moins de 01 centime, à comparer avec un coût estimé à 1,14 dollar pour une transaction en personne et sur papier.

Enfin, l'introduction de systèmes intelligents dans les équipements électroménagers, par exemple, a permis d'améliorer considérablement leur efficacité énergétique<sup>1</sup>

#### **4-Les rôles des TIC au sein de l'entreprise:**

Depuis quelques dizaines d'années nous assistons à une révolution des méthodes de travail et des façons de faire principalement liées aux nouvelles technologies. Celles-ci sont de plus en plus introduites dans nos vies. Aujourd'hui, en tant que particulier ou professionnel, nous sommes tous sujets à l'utilisation des nouvelles technologies. Elles se sont forgé une place indispensable dans nos vies et dans le fonctionnement de l'entreprise notamment.

Les technologies permettent à bon nombre d'entreprises de s'affirmer par des gains de compétitivité, au sein des marchés de plus en plus exigeants. L'investissement dans les nouvelles technologies apparait clairement comme l'un des principaux moteurs de compétitivité au sein des entreprises quelque soit leur taille.

Pour maintenir cette compétitivité, trois grandes fonctions peuvent faire l'objet d'une attention particulière : l'information, communication, la gestion optimisée des ressources humaines et enfin la promotion de niveau commercial.

D'abord pour le secteur de la communication, on peut dire que l'information passe, aujourd'hui, par des nouveaux supports incontrôlables : les réseaux sociaux.

Puis concernant les ressources humaines, on peut penser aux solutions de télé travail et de vidéoconférence.

---

<sup>1</sup> LES TIC ET LA CROISSANCE ECONONIQUE,panorama des industries,des entreprises et des pays des organisations des coopérations des développement économiques (L'OCDE),Edition OCDE,paris,2003,P79,PDF

En dernier lieu, la solution commerciale est souvent très abordée au sein de l'entreprise avec la question du CRM qui vise un suivi client de grande qualité.

Quoi qu'il en soit, la mise en place de nouvelles technologies dans l'entreprise doit répondre à une démarche de projet. Cela permettra d'éviter les dépenses superflues et de se retrouver avec un outil, en fin de compte, « inutile ».

### **-La diffusion de l'information :**

Les acteurs économiques sont chargés de transformer l'information en actes. Une fois trouvée, Collectée et analysée, l'information doit être diffusée d'une manière rapide et utilisable vers le destinataire.

Les moyens de communication aujourd'hui sont nombreux et il est important que le média utilisé pour faire circuler l'information soit adapté au récepteur du message. Ainsi la PME a souvent l'impression que puisque sa structure est petite et légère, l'information circule dans tous les sens de manière fluide. En réalité, ce n'est que rarement le cas, il faut donc s'assurer que le renseignement parvienne à la bonne personne et au bon moment.

Afin de faire parvenir une information, il existe plusieurs types de médias possibles. Nous pouvons tout d'abord déposer l'information dans un lieu connu de tous comme un centre, ou un endroit de mémoire collective tel que la bibliothèque ou le tableau d'affichage. Cela pousse la personne ayant soif d'informations à venir à la chercher. Pour que ce type de communication fonctionne, il faut que les gens savent où se trouve ce centre, qu'il y ait accès dès qu'ils le désirent.

Un autre type de communication nécessitant un ciblage précis et offrant des possibilités de confidentialité plus fortes pour porter l'information auprès de la personne concernée ou du groupe concerné.

Dés lors, les TIC facilitent ce type de diffusion. Un email, un réseau d'ordinateur ou d'internet suffisent pour que l'information circule plus vite et de manière sécurisée et ciblée.

Toute fois, il faut que le format de l'information soit compatible avec le canal de diffusion et que le récepteur soit motivé pour le type du canal qu'on lui offre. Il ne sert à rien de diffuser les informations par e-mail si personne ne les lit, de plus, le proverbe « trop d'information » tue l'information » reste valable car il ne faut pas saturer la capacité des récepteurs à les saisir.<sup>1</sup>

## **-L'usage des TIC pour la commercialisation des produits(ou services) de l'entreprises**

### **A- Le rôle de l'Internet au sein de l'entreprise:**

Lié à l'utilisation de l'outil informatique, l'Internet est aujourd'hui un remarquable outil d'information et de communication. Toutefois, son utilisation est trop souvent restreinte à ces deux fonctions seulement. En effet, Internet, dans sa globalité, permet à une entreprise de réaliser une part de son chiffre d'affaire au travers des pratiques telles que le e-commerce ou encore le e-banking. Il peut, par toutes les possibilités qu'il offre, permettre à certaines entreprises d'obtenir certaines parts de marché via l'utilisation des canaux virtuels.

Toutefois la spécificité d'Internet en fait support qui recèle des paradoxes qui en font un vecteur commercial spécifique né des méthodes traditionnelles. Ainsi, toute entreprise désireuse de se particulariser, de se lancer dans le cyberspace doit avoir conscience des particularités de commerce l'Internet.

---

<sup>1</sup> RODRICK- J- MACDONALD. « Les valeurs de l'entreprise qui sécoise ». Guérim, Québec 1995.

**-Rapidité :**

Des interactions entre entreprise et particuliers « Bloc » ou interentreprises « Blob » sont plus rapide que jamais. La durée des échange écrits, contrats au autres ne se mesure plus en jours mais en heurs, voire en minute, la possibilité de convertir en temps réel permet aux entreprises de prendre connaissance des besoins et des problèmes de leurs clients.

**-Adaptabilité :**

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

**-Egalité :**

internet offre aux petites entreprise : la démocratisation c'est-à-dire la possibilité d'être égaux avec des grandes. La facilité et le moindre coût de la publicité sur le web permettant à chaque entreprise d'entrer en ligne.

**B- Le rôle de commerce électronique**

Le commerce électronique s'appuie sur les outils et les méthodes utilisées dans le commerce traditionnel. Il prend place dans le paysage économique sans nécessairement expulser ses devanciers.

Le commerce électronique ou vente en ligne, qui date de début de 1997, désigne l'échange des biens et des services entre deux entités sur les réseaux informatique, notamment internet.

Nous parlons de vente à distance ou d'E-Commerce lorsqu'un bien est vendu dans le cadre du commerce électronique, et les lois qui y prévalent s'appliquent aussi bien au vendeur qu'à l'acheteur.

Le commerce électronique ne se limite pas au seul réseau internet, dans le cadre du commerce électronique inter entreprise. on utilise depuis de nombreuses années des réseaux de type E. D. I (échange des données et des informations). Des transactions électroniques se réalisent également sur les réseaux téléphoniques mobiles.

Le commerce électronique s'est développé d'abord sur les bases du minitel. L'arrivée d'internet a induit un nouveau modèle d'entreprise : business model.

A la fin des années 1990, ce modèle économique est rendu célèbre par les sites d'internet « Amazon », « Ebay ». Des sociétés d'une valeur boursière importante englobent les jeunes sociétés sans équivalent, ce qui finit en Krach, phénomène touchant aussi de nombreuses petites sociétés de biotechnologies.

## **5-Les différentes applications de commerce électronique :**

### **1- les applications externes :**

Les différentes applications de commerce électronique externes couvrent les entreprises, les administrations et les particuliers.

#### **1-1- Relations inter- entreprises :**

« Les relations interentreprises sont caractérisées par la technologie utilisée, ou par le besoin de service auquel elles tentent de répondre. En effet il y a un certain développement dans l'expertise nécessaire à la mise en œuvre de ces technologies, qui va de pair avec la croissance du nombre de ses fonctionnalités. »<sup>1</sup>

Si bien qu'il est très difficile de caractériser le comportement des entreprises quand à leur choix en équipement technologiques c'est-à-dire les entreprises n'ont pas la liberté de faire ce choix non seulement à cause des qualités techniques des technologies mais aussi à cause de la structure interne de l'entreprise et de son environnement externe. »<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> BITOUZET CHRISTINE, le commerce électronique, hermès sciences publication, paris, 1999, p93 .

<sup>2</sup> Ibid, p 55.

**1-2-les relations concernent les administrations :**

Les différentes applications de commerce électronique mises en œuvre par les administrations sont caractérisées par la nature des services offerts. Mais cette remarque est très liée à l'environnement socioéconomique et politique de l'entreprise. Les différentes applications de commerce électronique avec les administrations remplissent quatre grandes fonctions:

- informer les entreprises et les citoyens.
- Simplifier les procédures déclaratives.
- production des données statistiques.
- l'automatisation de certaine transaction.

**1-3- relations aux particuliers :**

En ce qui concerne les relations grand public, les applications de commerce électronique peuvent être décrites en fonction des acteurs impliqués. ces applications s'adressent à un large public comprennent les différents services des entreprises destinés aux consommateurs, les services administratifs et les échanges individuels. C'est-à-dire les échanges qui s'effectuent entre les différents gens soit à l'intérieur de l'entreprise ou à l'extérieur.

Parmi ces services destinés consommateur final, on conclut ceux qui s'adressent à une clientèle cible bien connue des entreprises et ceux qui visent à attirer de nouveaux clients. Ces produits visent une grande consommation, se commandent et se payent notamment en ligne, puis se livrent au domicile au près de client. Le site web est ouvert à tous les internautes, l'objectif est de s'adresser à la cible pour augmenter le chiffre d'affaire de l'entreprise.

Par ailleurs les exploitations des technologies internes pour identifier le profil des clients réguliers et analyser leur comportement a permis de développer un service de conseil personnalisé auprès de sa clientèle fidèle. Enfin les

applications de commerce électronique des entreprises aux particuliers visent souvent à construire une communauté de clients sur internet pour le garder .<sup>1</sup>

### **5-2-les applications internes :**

#### **2-1-- La typologie fonctionnelle des applications internes :**

Les différentes applications de commerce électronique internes sont classées selon deux grandes fonctionnalités, l'information et la communication à l'intérieur de l'entreprise et la gestion de la coopération et du travail en groupe. le besoin d'information et de la communication est par fois au service des individus et d'autre fois au service des organismes internes de l'entreprise. La généralisation des échanges électroniques offre des nouvelles opportunités en terme de contenu et de mode de diffusion de l'information. Le besoin d'information et de communication dans l'entreprise est très important. Ce besoin est renforcé par l'accélération d'un ensemble de processus de changements liés à l'émergence de l'environnement concurrentiel et au développement des nouvelles technologies de l'information. Dans une organisation en mouvement, les individus ont besoins de connaitre la stratégie globale dans laquelle s'inscrit leur action. Le premier objectif du développement des échanges électroniques est l'amélioration de l'information et de la Mcommunication entre les différentes unités au sien d'une entreprise d'une part, et de l'autre part ces échanges électroniques renforcent la communication transversale entre les équipes de l'entreprise.

#### **2-2-les objectifs des projets internes :**

Les objectifs montrés pour les projets de commerce électronique internes sont rarement en parfaite adéquation avec les fonctionnalités mises en œuvres. Cela tient à ce que les objectifs peuvent être formulés à posteriori pour justifier les investissements, cependant, les objectifs des projets de commerce électronique reflètent le choix de la méthode et de mise en œuvre, ainsi lorsque les objectifs sont nombreux et diversifiés, cela se traduit au niveau de la démarche de déploiement par des tensions dont la résolution crée la dynamique du projet.

---

<sup>1</sup> BITOUZET Christine,Op cite p 68.



**-Informer et communiquer :**

Le premier objectif du développement des échanges électroniques est l'amélioration de l'information et de la communication entre les unités au sein d'une entreprise. Les applications de commerce électronique interne renforcent la communication par la mobilisation de ressources autour d'un projet d'équipe»<sup>1</sup>

**-Tester une technologie :**

Les applications de commerce électronique interne c'est de tester les technologies de l'information et de la communication avant d'entreprendre un projet plus vaste. Les technologies internes se prêtent d'autant plus volontiers à cette approche qu'elles permettent de concevoir un module.

**-Intégrer les technologies internes dans un projet stratégique :**

La contribution à un projet stratégique global de l'entreprise constitue l'objectif des applications de commerce électronique. Les démarches d'intégration peuvent être de deux sortes, soit le développement des échanges électroniques est imposé par la direction, soit ce sont les acteurs concernés qui élaborent les nouveaux usages. Par ailleurs, l'intégration des nouvelles technologies de commerce électronique résulte aussi d'une démarche de long terme de sensibilisation et de formation des acteurs dans l'entreprise. Les utilisateurs sont concertés au sein de groupes de travail pour déterminer la démarche et les modalités d'exploitation des nouveaux outils. Ainsi, les usages de commerce électronique émergent d'un processus interactif de coopération entre les technologies du système d'information, les directions métiers pour le contenu des services et les utilisateurs.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> BITOUZIT Christine, Op cite, P 76.

<sup>2</sup> Ibid, p77-78.

## **2-Les objectifs de commerce électronique :**

Parmi les principaux fondements de développement des échanges sociaux la recherche ou le maintien du pouvoir, la confiance qui existe entre les interlocuteurs et la volonté de pérenniser les échanges. Le facteur de base de tous ces échanges c'est le commerce électronique qui s'appuie énormément sur un équilibre entre ces trois pôles : le pouvoir, la confiance, et la fidélisation.

### **3-1-Traiter l'information :**

La dématérialisation des échanges facilite la tâche de recherche d'information. Cette dernière s'effectue au moyen de moteurs de recherche d'annuaires ou par l'intermédiaire des fenêtres. Par ailleurs, l'information est mise en œuvre sur des fenêtres dont l'audience se mesure à la rapidité avec laquelle ils permettent à l'utilisateur d'accéder facilement aux informations recherchées. Cependant, les fenêtres sont financées par les bandeaux publicitaires et les entreprises répertoriées sur le site.

### **3-2-Partager les ressources :**

Le développement des échanges via internet permet de mettre en disposition des ressources d'investissement, d'infrastructures, de compétences techniques et des expériences qui peuvent finalement être partagée entre les entreprises de même secteur par exemple, la constitution d'une galerie commerciale en ligne conduit à créer une marque. ou une identité pour la commercialiser. L'effet de marque et de notoriété est très important sur le réseau car il génère notoriété et audience sur le site. Donc la participation à une galerie réduit tous simplement les coûts dépensés

### **3-3-Créer et gérer la confiance :**

La disposition du commerce électronique se heurte au problème de la reconnaissance entre les parties de l'échange, accrue par l'absence de contact physique entre les acteurs. Pour une entreprise, il s'agit en particulier d'assurer que l'émetteur n'usurpe pas l'identité du porteur de message, si de plus, la date d'émission a parfois valeur de preuve. En résulte, la confiance entre les partenaires externes, fournisseurs et clients ou prestataires internes est déterminante pour la réussite des affaires. Généralement la confiance est

alimentée par des relations et des transactions menées entre les individus. L'évolution des problèmes communs et la constitution de dossier (commandes, accusée de réception, facteur reformings) réguliers qui fondent la relation, ainsi, la dématérialisation des échanges compliquent la création et le maintien de la confiance entre les entités. Cette confiance est d'autant plus important sur le niveau des PME que celles-ci ne se lance pas seule sur des projets de commerce électronique et recherche au contraire des partenariats et des ressources complémentaires. C'est pourquoi le développement des échanges électroniques s'accompagne des nouveaux modes d'action qui visent à créer et gérer la confiance entre les différents acteurs<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> BITOUZIT Christine, Op cit, p 160-169.

**Section 03 : l'impact des TIC sur la performance de l'entreprise****- L'entreprise devant les TIC : Comment réussir l'introduction des TIC dans l'entreprise :**

Pour réussir l'introduction des technologies au sein d'une entreprise, il faut s'assurer de certain élément essentiel:

Avec les TIC, la performance technique n'est plus un critère déterminant de succès, mais c'est l'appropriation des projets par l'ensemble du personnel qui les légitime. C'est ainsi qu'une information à partir d'internet ne sera d'aucune utilité si les individus ne communiquent pas à travers cette information.

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

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

Tous les acteurs de l'entreprise doivent être inclus dans le changement ce qui leur permet de se sentir bien positionnés et bien motivés dans leur nouvel environnement, sans cette motivation le projet des TIC ne peut atteindre ses objectifs.<sup>1</sup>

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

- La création des projets pilotes permet de mettre en place des équipes techniques compétentes pour mesurer leurs impacts sur l'organisation, puis valider les choix avant la généralisation de la nouvelle technologie à l'ensemble

---

<sup>1</sup> ALI BOUHENNA, les enjeux des NTIC dans l'entreprise, Université de tlemcen, p 8 ,PDF.

de la firme. Avec cette méthode pragmatique, on diminue le risque d'échec et de rejet.<sup>2</sup>

- En outre, pour que la greffe réussisse, il est souvent préférable que les nouvelles pratiques viennent cohabiter voir hybrider les anciennes et s'appuyer sur elles. Cela veut dire une fois on a implanté l'internet, par exemple, la substitution des communications électroniques aux anciennes doit s'opérer par étapes. Ainsi, on commence par mettre en ligne des services publics simples et incontournables comme le répertoire téléphonique ou la messagerie, en les doublant en premier temps par les supports classiques qui disparaîtront ensuite progressivement.

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

### **-La stratégie des entreprises face au TIC :**

Vu leur impact étendu dans la société d'information, les NTIC ont une dimension sociétale. Autrement dit, avec le développement et la diffusion des NTIC, on assistera à des modifications de la société et de la civilisation. On dit fréquemment qu'à chaque invention ou développement technologique correspond une ère civilisationnelle nouvelle. Les dirigeants, grâce à leur formations et à leur ouvertures d'esprit, s'intéressent aux TIC et cherchent les utiliser pour redéfinir leur positionnement stratégique, leurs produits et leurs organisations. Les applications, dont ils effectuent ou dont ils suggèrent la mise en place, sont multiples. Leurs résultats peuvent être toutefois visibles ou seulement attendus.

---

<sup>2</sup> ALI BOUHENNA OP.CIT, p 9 .

Ces stratégies évoquent, avec un réel enthousiasme, « *les différentes étapes de leurs démarches, leurs perspectives à moyen et à long terme, même si leurs résultats actuels ne sont pas toujours à la hauteur des investissements ...* ». <sup>1</sup>

Les TIC ont un effet sur la culture de l'entreprise. Si elles réussissent à s'implanter avec les méthodes traditionnelles de travail, c'est parce que l'entreprise a bien déterminé l'impact des TIC dans sa stratégie. En effet, « *se donner une stratégie fait gagner en rapidité* » <sup>2</sup>

La rapidité avec laquelle se propage l'utilisation des TIC et les avantages qu'elles offrent à leurs utilisateurs les placent parmi les premières occupations de toute entreprise. A ce propos, on peut identifier deux stratégies possibles : la stratégie d'attente, et la stratégie offensive.

#### **a-stratégie d'attente.**

Du fait des risques, nuisances ou menaces que comporteraient certaines de ces nouvelles techniques, divers collectifs ou individus cherchent à lutter contre leur développement et le type de société qu'ils produisent ; ils constituent un courant contestataire qualifié d'anti-industriel.<sup>22</sup> A cet égard, on assiste à l'émergence de différentes réactions et thèses qui s'affrontent aussi bien pessimiste qu'optimiste comme c'est souvent le cas lorsque nouveautés technologiques apparaissent. Néanmoins, ces nouvelles technologies sont relativement hétérogènes et complexes.

Les tenants de cette stratégie, qualifiée de changements que peuvent apporter les nouvelles technologies d'information et de communication, ne croient pas à leur nécessités, ou du moins pas pour le moment. « *Les arguments qu'utilisent les dirigeants pessimistes ...sont tout à fait légitime* ». <sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> BOUTARY Martine, TIC et PME :des usages aux stratégies,L'ARMATTAN Edition,paris,2003.

<sup>2</sup> M.S. Boudjebbour, Les Projets NTIC : source de performance de l'entreprise, CER1ST, Ben Aknoun, Alger, Algérie 157, PDF.

<sup>3</sup> <http://www.les-NTIC/technologie-de-information-et-de-communication.html>

<sup>4</sup> BOUHENNA ALI, les enjeux des NTIC dans l'entreprise, Université de Tlemcen,p 04 .

Pour eux, ces nouveaux outils sont inappropriés à un travail sérieux, ce n'est pas un objectif prioritaire pour l'entreprise : investir dans de tels outils qui coûtent très chers pour le peu de résultats qu'ils peuvent rapporter pour l'entreprise. Lorsqu'ils s'aperçoivent de l'importance du phénomène, ils réagissent mais cette réaction risque de venir trop tard surtout en matière de maîtrise de ces techniques. L'effet de l'expérience de l'apprentissage est l'un des phénomènes clé de la compétitivité. A cet égard « VAN LIEFLAND » soutient l'idée «qu'en général les gens qui ne sont pas attirés par le changement y viennent plus tard ne serait ce que par le désir de faire partie de la communauté et ils ne sont pas intéressés par la maîtrise de la technologie ».<sup>1</sup>

Cependant l'économiste PHILIP EVANS affirme qu'« une stratégie attentiste est généralement mauvaise, mieux vaut échouer cinq fois de suite pour avoir essayé trop tôt que d'échouer une seule fois pour avoir essayé trop tard. ». Dans ce cas l'échec est définitif.

### **B- La stratégie offensive.**

Cette stratégie d'engagement, paraît la plus appropriée pour toute entreprise qui veut jouer un rôle moteur et conforter son image. En effet, l'introduction des TIC dans l'entreprise va permettre d'améliorer la productivité (généralement on parle de productivité organisationnelle) et la qualité des prestations, ce qui valorise son image sur le marché. Une telle stratégie va permettre également de s'intégrer dans l'univers des TIC et de faire face à la globalisation.

La mise en œuvre de cette stratégie dépend aussi du profil du manager s'il est le genre qui aime prendre le risque, avoir un comportement d'engagement, un mordue de la technologie, vouloir apprendre et améliorer ses connaissances.

Adopter la deuxième stratégie, la stratégie offensive pour l'acquisition des nouvelles technologies n'est plus une question de choix mais plutôt une exigence, un impératif »<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> ALI BOUHENNA ,Op cit,p 05.

<sup>2</sup> Ibid, p 06.

**-L'impact des TIC sur la performance des entreprises :**

Les études de l'impact des TIC sur la performance des l'entreprises ont été riches et fructueuses ces dernières années avec l'utilisation croissante de statistiques officielles, le couplage des données provenant de différentes sources statistiques notamment des statistiques sur la performance des entreprises et l'utilisation des TIC, l'innovation et les facteurs organisationnels.

L'utilisation des données au niveau des entreprises pour étudier la relation entre les TIC et la performance des entreprises, réparties dans un certain nombre de pays, est devenue possible grâce à la disponibilité des données, une grande variété d'approches, de modélisations et d'analyses a été employée.

Plusieurs études au niveau de l'entreprise ont confirmé que l'utilisation des TIC a un impact positif sur la performance de l'entreprise et la productivité. Toutefois les gains se produisant, principalement ou uniquement, lorsque cette adoption est accompagnée d'autres changements et investissements tels que la formation de la main d'œuvre et d'autres changement organisationnels. L'adaptation et l'impact des TIC varient selon les entreprises, leur taille, leur âge et le secteur d'activité.

Plusieurs travaux ont donc tenté d'expliquer l'impact de l'adaptation des TIC sur la performance des entreprises. Ces travaux ont exploré divers niveaux d'analyse et différentes mesures de la performance.

– Les TIC peuvent améliorer la performance de l'entreprise grâce à la réduction des coûts indirects, tels que les coûts du travail et l'augmentation de la productivité du travail, la réduction des coûts d'information. Toutefois, dans le long terme, les TIC peuvent avoir un impact encore plus grand car elles permettent de restructurer complètement le processus de production et les méthodes de travail, d'accroître la flexibilité et d'améliorer les résultats. Bien que des études antérieures aient montré des résultats mitigés, presque toutes les études importantes depuis le milieu des années 1990 ont montré un impact positif et significatif pour les investissements. Des pratiques de gestion complémentaire telles que la décentralisation de la prise de décision, la flexibilité des processus de production, la formation de la main d'œuvre et la gestion de la qualité totale sont jugées essentielles au niveau des entreprises pour accompagner les investissements dans les TIC. Ces études ont également



montré que l'investissement en TIC est associé à une main d'œuvre hautement qualifiée. Les systèmes informatiques et généralement les TIC ont été un substitue à la main d'œuvre faiblement qualifié tout en gérant plus de demande pour les travailleurs hautement qualifiés.<sup>1</sup>

**-L'impact des TIC sur la productivité au niveau de l'entreprise :**

*Hit* à montrer que les TIC ont un impact considérable sur l'entreprise, la productivité du travail et l'efficience des marchés grâce à la diffusion de l'information, mais les résultats restent controversés. Il est soutenu dans la littérature, que l'adoption des TIC réduit l'intervention humaine dans le processus de fabrication conduisant ainsi à des gains de productivité plus élevé. Les TIC peuvent aussi réduire le nombre d'étapes dans une ligne d'assemblage de produits. Cependant, pendant les années quatre-vingt, la littérature empirique, largement basée sur les données américaines, n'a pas relevé les gains de productivité dus à l'adoption de ces technologies. Les toutes premières études sur la performance des entreprises n'utilisaient que la productivité du travail comme mesure de la performance et ne se basaient que sur des données d'enquêtes privées en raison de l'indisponibilité des données officielles. Ces études n'ont trouvé aucun impact négatif des TIC sur la productivité.

---

<sup>1</sup> Benghozi pierre-jean patrick,l'organisation de la production et de la décision face aux TIC,brousseau.info,p 203,PDF

**-L'impact des TIC sur l'emploi :**

Peu d'études ont été consacrées spécifiquement à l'impact des TIC sur l'emploi. *Haendel* a souligné que le manque d'études peut être attribué à des questions de disponibilité des données, de méthodologies et aux problèmes de la mesure des TIC

*Matteucci* et *Stracchino* ont utilisé des données ventilées pour les industries italiennes pendant la période 1997-2000 afin de tester si les industries avec une plus grande intensité de TIC avaient des taux plus élevés de croissance de l'emploi. Ils ont conclu que l'emploi est non seulement associé aux changements dans la production et les coûts unitaires du travail, mais aussi à l'intensité des TIC. L'utilisation des TIC n'a pas effet statistiquement significatif sur la croissance de l'emploi au niveau de l'industrie. La technologie peut ne pas réduire de manière significative la demande globale de travail mais elle peut affecter la composition du type de travail exigé, par conséquent avoir un impact sur la qualité des emplois. Plusieurs questions de recherche ont été abordées notamment l'impact de l'utilisation des TIC sur les salariés et l'importance des compétences et des qualifications en TIC sur la performance de l'entreprise. *Doms et AL* ont conclu que les entreprises utilisatrices de TIC

employaient un personnel plus qualifié avec des salaires plus élevés. *GALINDO- RUEDA* et *HASKEL* ont constaté que les entreprises qui employaient du personnel hautement qualifié sont plus performantes. *GUMMARSSON et AL* ont montré que la mise à niveau continue des compétences des employés a permis une amélioration de la productivité et que le capital humain était complémentaire avec les TIC dans les entreprises suédoises. Les gains de productivité issus des TIC sont plus importants dans les jeunes entreprises. Ces gains sont aussi élevés dans les entreprises disposant des employés les plus qualifiés.

**-L'impact des TIC sur les ressources humaines :**

Black (2001) a observé que l'introduction des pratiques visant les ressources humaines est important pour la productivité, comme le fait de donner aux employés plus d'avantage dans la prise de décision».<sup>1</sup>

Aujourd'hui, dans un climat qui connaît des changements accélères provoqués par l'utilisation des technologies de l'information, les ressources humains sont nécessaires pour réaliser les potentialités de ces nouvelles technologies. Le thème des TIC fait l'objet de beaucoup d'attention des chercheurs qui étudient les succès et les échecs des tentatives d'adoption et de mise en place des technologies de l'information. L'importance et la complexité des problèmes des ressources humaines se sont de plus en plus manifesté. Alors qu'autrefois on se préoccupait que pour les conséquences des technologies de l'information sur le personnel de l'organisation, on pense actuellement aux gens qui utilisent ces technologies, à la culture de l'entreprise et aux ressources humaines. Des travaux récents ont fait clairement apparaitre l'importance des normes internes de la ferme et de leur plus ou moins réussite dans la poursuite des objectifs de la direction ».<sup>2</sup>

L'impact humain est très important dans la mise en place des TIC car on considère qu'un manager doit participer à la progression de l'entreprise et savoir réagir dans des délais très courts. Il existe plusieurs type de manager dont ceux qui demandent s'il ne vont pas disparaître par la perte de pouvoir ou de partage de l'information, mais d'autres, attachés à un mode de fonctionnement hiérarchique classique s'adapte à ces nouveaux schémas d'organisation basés sur la transversabilité et la circulation de l'information. C'est le statut de l'information et celui de l'action de s'informer qui a changé avec en toile de fond l'association détention de l'information / détention du pouvoir . Ceci nous amène à dire qu'il faudra de profondes mutations dans les façons de travailler et surtout que chacun est capable d'innover et d'anticiper les changements dus aux

---

<sup>1</sup> MARTON Michael S.S Michael, L'entreprise compétitive au future :technologie de l'information en transformation de l'organisation, Edition d'organisation, paris, 1995, p290.

<sup>2</sup> MORTON Michael S.S Michael, Op cite, p 106.

nouvelles organisations. A partir de là, on dirait que mieux réussir dépend de l'état d'esprit de ceux qui conduisent les changements.

C'est-à-dire, que deux dimensions s'introduisent dans le management qui relève d'une part du traitement de l'information et d'autre part de la gestion de l'information. Cependant, il est clair que toute nouvelle fonction installée induit pour les employés un changement de culture en. Mais on constate qu'aujourd'hui, les modes de fonctionnement des organisations n'ont pas favorisé ni la transparence ni le partage de l'information ».<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> M.S.Boudjebbour, Les Projets NTIC : source de performance de l'entreprise, CER1ST, Ben Aknoun, Alger, Algérie, P 157, PDF

**la partie pratique**

## **La partie pratique**

### **Présentation de l'organisme et l'analyse des résultats**

#### **La section 01 : Présentation de l'organisme d'étude**

##### **01-présentation d'ALFADITEX :**

Depuis la libération de l'importation des produits textiles en 1995, les industries textiles algériennes ont subi une confrontation à une mutation profonde de leur environnement et une concurrence internationale, et cela surtout après l'émergence de nouveaux concurrents issus des pays asiatiques.

L'entreprise ALFADITEX ex-INDITEX est une de ces entreprises nationales qui sont confrontées à plusieurs problèmes structurels : les machines, le coût élevé du coton et de la soie et le manque de déchets textiles sur le territoire national.

Tous ces facteurs ont conduit l'entreprise à faire appelle à de nouvelles matières premières comme les fibres « nobles » : polyptère, polypropènes et acrylique. Ainsi, l'entreprise a procédé à un renouvellement des appareils de production dans le but de continuer à exister et à faire face à la concurrence.

L'entreprise ALFADITEX est constituée de plusieurs éléments, qui sont de nature financière, économique, technique et humaine.

##### **02- Historique de l'entreprise TEXALG unité ALFADITEX :**

L'algérienne des textiles (TEXALG) est une société par action au capital de 5.000.000.000 DA rattachée au holding des industries manufacturières. Elle est passée par plusieurs mutations de l'économie nationale réalisées par l'entreprise mère SONITEX.

Le complexe est mis en fonction en 1982 par la société nationale des industries textiles(SONITEX), qui fut créé en 1966 par l'ordonnance N°66-218. Puis après restructuration, le complexe dépendait de l'entreprise INDITEX dont le siège est à M'SILA. En 1998 elle est instituée en filiale sous tutelle du groupe TEXMAGO, ALFADITEX SPA. A partir du 01/01/2012, l'entreprise a été

définitivement affiliée au groupe TEXLAG SPA appelé complexe industriel ALFADITEX.

### **03- Données générales sur l'unité ALFADITEX :**

#### **3-1- Localisation :**

Le complexe « TEXALG SPA unité ALFADITEX » est sis **RN 26 Remila** commune de **FINAIA**, dans la wilaya de Bejaïa. L'unité ALFADITEX est implantée sur une parcelle de terrain d'une superficie de **(198 829 M<sup>2</sup>)**. Cette dernière est excédentaire, ce qui permet des extensions.

L'entreprise dispose de deux autres parcelles de terrain, la première étant l'extension de l'usine sur laquelle sont implantés des logements de fonction avec une superficie de **(33 336 M<sup>2</sup>)**.

La seconde sur laquelle est implantée une station de pompage de l'eau avec une superficie de **(505 M<sup>2</sup>)**.

#### **3-2- L'usine est délimitée :**

- Au nord par une piste carrossable et des terres agricoles (oliviers).
- Au sud par la route nationale N°26.
- A l'est par une piste carrossable et des terres agricoles (oliviers).
- A l'Ouest par Oued **Remila**.

#### **3-3- Accessibilité du terrain :**

- Accessible aux poids lourds de plus de 15 tonnes et moins de 30 tonnes.
- En bordure : de la route nationale N°26 allant de la route nationale N°5 vers Bejaïa et Jijel.
- A 35 KM de l'aéroport de Bejaïa.
- A 35 KM du port maritime et commercial de Bejaïa.

**3-4- Effectif :**

L'usine possède un effectif total, estimé à 483 travailleurs dont 04 femmes et 479 hommes, réparti dans les différentes catégories suivantes :

- 45 cadres.
- 62 agents de maîtrise.
- 376 agents d'exécution.

**3-5- Le statut juridique :**

L'Algérienne des textiles par abréviation (EPE TEXALG spa) est une entreprise publique économique non affiliée rattachée au portefeuille de la société de gestion de participation (industrie, manufacturières) créée par acte N°636 des actes administratifs de la direction des domaines de l'état de la Wilaya d'Alger et par une application de la résolution N°05/111 de conseil des participations de l'état du 03 mars 2011 relative au redressement et à la relance des entreprises publiques de textile.

L'entreprise a absorbé et fusionnée, à partir du 01 janvier 2012, 17 entreprises affiliées au groupe TEXMAGO SPA.

**3-6- Produits fabriqués :**

TEXALG SPA unité ALFADITEX possède plusieurs types de produit

- Tapis et moquettes aiguilletées.
- Ouates de diverses masses surfaciques.
- Molletons et serpillières.
- Feutres en diverses masses surfaciques.
- Coton nappé.
- Tissus d'ameublement.
- Tissus d'habillement.
- Tissus pour couverture et peluche.

**3-7- Objectifs de TEXALG :**

L'objectif essentiel de l'unité depuis sa création étant de satisfaire à la demande nationale en produits textiles et leurs dérivés. Mais actuellement le but de complexe est d'arriver à exister sur le marché surtout avec la libération des



importations de produits textiles en 1995. L'usine cherche aussi à dégager une meilleure rentabilité, à déterminer les produits à fabriquer avec un rendement économique certain et enfin assurer la réalisation des profits.

### **3-8- Capacité de stockage :**

- Matière première : 2000 ML.
- Matière consommable : 18000 ML.
- Produit finit : 242320 ML.

### **3-9- Le rôle de l'unité ALFADITEX :**

L'unité ALFADITEX joue un rôle important dans l'économie national. Elle assure la production et la commercialisation des articles de grand usage tel que les articles non-tissés comme la moquette et la préparation des fibres, et cela par la restitution des déchets textiles qui servent de matières premières et par l'utilisation de la fibre noble et des produits chimiques auxiliaires.

La fonction de production de ces articles est assurée par une bonne gestion des magasins des matières premières et produits chimiques et auxiliaires qui relancent toute la chaîne de production de diverses structures de production.

### **3-10- Objet et caractère :**

ALFADITEX est une unité spécialisée dans le traitement et la revalorisation des déchets textiles et la fabrication d'articles non-tissés.

**04- Direction du complexe ALFADITEX :**

Direction du complexe

**5- L'organisation interne de l'entreprise ALFADITEX :**

L'entreprise « ALFADITEX » est une structure fonctionnelle et hiérarchique qui sert à garder la flexibilité nécessaire pour répondre d'une meilleure façon aux exigences de l'environnement externe. L'entreprise dispose d'un capital social de 5000.000.000 DA. Elle est gérée par un conseil d'administration composé de :

- un PDG au niveau d'Alger.
- Un directeur générale de l'unité.
  - a. Directeur de production.
  - b. Directeur de maintenance.
  - c. Directeur d'exploitation.

L'entreprise emploie 470 agents jusqu'à la fin de mars répartis comme suit :

Effectifs	Début du mois	Entrée	sorties	Fin du mois
Permanant indéterminé				
CDI	333	/	08	325
Contractuel déterminé				
CDD	122	02	01	123
Contrat de travail aidé				
CTA	22	/	/	22
Emploi PR	/	/	/	/
<b>TOTAL</b>	<b>477</b>	<b>02</b>	<b>09</b>	<b>470</b>

**-présentation de quelques départements de Ressource Humaine :****- la fonction du service des carrières et des formations :**

Le service gestion des carrières et des formations est supervisé par un chef de service qui exécute plusieurs tâches au sein de ce service en comptant sur l'aide d'un autre employé.

Ce service de gestion des carrières et des formations joue un rôle très important dans la gestion des parcours des employés au sein de l'entreprise, et ce depuis le recrutement des candidats passant ensuite par le suivi de leur formation et promotion.

Dans ce cadre ses principales missions sont comme suit :

- trier les candidats pour recrutement.
- sélectionner les offres d'emploi et analyser les demandes d'emploi.
- convoquer et recevoir les candidats
- conduire les entretiens et les sélections.
- procéder à l'installation des employés recrutés nouvellement.
- effectuer le suivi de la formation des employés et leurs promotions.

**Section 02 : Analyse et interprétation des résultats**

Dans cette partie de ce travail nous allons analyser les résultats de la recherche en s'appuyant sur les trois outils de collecte des données, qui sont l'entretien, l'observation participante et le questionnaire, et ce dans le but de mieux comprendre et expliquer notre problématique.

Le questionnaire utilisé pendant notre enquête est réparti sur trois grands axes :

- 1- les caractéristiques personnelles des enquêtés.
- 2- relatif aux usages des TIC au sein de l'entreprise.
- 3- l'impact des NTIC sur la performance de l'entreprise.

**Axe 1 : les caractéristiques personnelles des enquêtées :****Tableau n° 01 : la répartition de l'échantillon selon le sexe :**

Sexe	Effectif	Pourcentage (%)
Masculin	17	89 %
Féminin	02	11 %
Total	19	100 %

Selon les données recueillies sur le terrain et d'après le tableau ci-dessus, la population d'étude est répartie comme suit :

L'échantillon est de l'ordre de 19 individus dominé majoritairement par le sexe masculin qui représente 89% contre un taux de 11% de sexe féminin.

L'explication que nous pouvons donner à ce premier résultat est que au sein de l'entreprise, certains tâches demandent des efforts physiques pour assurer les tâches complexes et puisque l'effort physique est l'une des caractéristiques des hommes, il en résulte est une domination masculine. Ainsi l'autre explication qu'on peut donner à cette présence à caractère majoritaire des hommes est que le travail au sein de l'entreprise demande plusieurs déplacements et les femmes sont limités socialement dans leurs déplacements, et ce malgré le changement des mentalités. Le déplacement impose des défis, des dangers et d'éventuel travail en nuit que la femme, selon la société, n'est pas encore préparée pour les faire face.

**m****Tableau n°02 : la répartition de l'échantillon selon l'âge :**

Age	Effectif	Pourcentage (%)
18-30 ans	06	31 %
31-40 ans	06	31 %
41-50 ans	03	16 %
51 et plus	04	21 %
Total	19	100 %

Ce qui concernant la structure d'âge de notre échantillon, les résultats révèle que le plus grand pourcentage est enregistrés dans les deux premières tranches d'âge, à savoir la catégorie de 18 à 30ans et celle de 31 à 40 ans avec un taux de 31% pour chaque une, suivi par la tranche d'âge de 51ans et plus qui représente 21% puis, en dernier lieu, par la tranche d'âge de 41 à 50 ans avec 16%.

D'après ces données statistiques, nous nous constaté que la population d'études est majoritairement jeune car selon le tableau ci-dessus nous avons plus de 60 % qui a l'âge de moins de 40 ans. Ce résultat montre que l'entreprise ALFADITEX compte beaucoup sur la jeunesse, cette dernière procure à l'entreprise non seulement sa compétence mais aussi sa motivation, sa dynamique et surtout sa capacité de mobilité et de déplacement qui sont deux caractéristiques qui jouent un rôle très important dans le développement des activités de l'entreprise.

**Tableau n°03 : la répartition de l'échantillon selon le niveau d'instruction :**

Niveau d'instruction	Effectif	Pourcentage (%)
Primaire	08	42 %
Secondaire	02	11 %
Universitaire	09	47 %
Total	19	100 %

D'après les données de ce tableau, la première catégorie au classement est enregistrée dans le niveau d'instruction universitaire avec un taux de 47,36%, suivi par le niveau d'instruction secondaire 10,52% puis le niveau primaire avec un taux de 42,10 %.

La catégorie de niveau d'instruction universitaire est première car la réalisation de différentes tâches au sein de l'entreprise exige un diplôme supérieur et une parfaite maîtrise de l'usage des outils technologiques mobilisées. C'est pour cette raison aussi que cette entreprise prend en considération le niveau d'instruction plus élevé comme un élément principale dans le recrutement.

Avec le développement des NTIC, les entreprises insistent beaucoup aujourd'hui sur le niveau d'instruction pour éviter les frais et le temps perdus dans la formation réservée à ses employés.



**Tableau n°04 : la répartition de l'échantillon selon la catégorie professionnel :**

Catégorie professionnelle	Effectif	Pourcentage (%)
Cadre	08	42 %
Agent de maîtrise	04	21 %
Agent d'exécution	07	37 %
Total	19	100 %

D'après les données, la catégorie professionnelle est composée de trois(03): les cadres, les agents de maîtrise et les agents d'exécutions.

D'après le tableau ci-dessus, nous remarquons un pourcentage élevé pour les cadres qui représentent 42 % suivi par un taux de 36,84% pour les agents d'exécutions et 21 % pour les agents de maîtrise. Dans l'entreprise ALFADITEX, l'effectif est constitué majoritairement des cadres vu les responsabilités qu'exige la réalisation des tâches, ainsi un autre facteur, celui de l'ancienneté professionnelle, qui contribue à la promotion des employés dans la catégorie des cadres.

Ces résultats sont expliqués par la qualification du personnel et justifient l'actuelle préparation de l'entreprise ALFADITEX pour l'acquisition d'un nouveau matériel. Cette dernière décision dévoile la grande responsabilité assumée par les cadres de l'entreprise afin de promouvoir la performance de l'entreprise à partir de ces nouvelles technologies.

**Tableau n°05: la répartition de l'échantillon selon l'expérience professionnelle :**

Expérience professionnelle	Effectif	Pourcentage (%)
Mois de 06 mois	01	5 %
06mois à12 mois	03	16 %
01-02 ans	04	21 %
02-05ans	03	16 %
05 et plus	08	42 %
Total	19	100 %

Les résultats de l'enquête révèlent que la première catégorie de ce tableau représente un taux de 42 % de (05ans et plus) tandis que la catégorie de (01-02ans) est de 21 %. La troisième catégorie, qui est représenté par deux tranches d'âge, à savoir celle entre 6 mois a 12 mois d'expérience et celle entre (02-05ans) d'expérience, représente 16 %. En dernière position vient la catégorie qui a moins de 06 mois d'expérience professionnelle et qui représente seulement 5 %.

Le taux élevé des salariés qui ont plus de 05 d'expérience professionnelle s'explique par l'ancienneté de l'entreprise elle-même qui existe depuis plus de 20 ans. Il est à rappeler que l'expérience joue un rôle fondamental dans l'entreprise pour mieux réaliser ses tâches et mieux maîtriser l'usage des nouveaux moyens technologique.

**Axe 02 : relatif aux usages des TIC au sein de l'entreprise :****Tableau n° 06 : relatif aux usages des TIC au sein de l'entreprise :**

<b>Avez-vous déjà utilisé les TIC au sein de votre entreprise ?</b>	<b>Effectif</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
Oui	12	63 %
Non	07	37 %
Total	19	100 %

Les résultats de l'enquête révèlent que 63 % des salariés utilisent les TIC contre 37 % qui ne l'ont jamais utilisé.

D'après ces résultats, nous nous déduisons que la maîtrise de la technologie est nécessaire vue son importance dans l'amélioration et la perfection des activités de l'entreprise. Le taux de 36 % qui n'utilisent pas la technologie, qui reste quand même très élevé, s'explique parfois par certains postes qui existent au sein de l'entreprise et qui ne demandent pas de qualification technique et parfois par la non qualification en technologies car avoir un diplôme universitaire ne signifie pas nécessairement la maîtrise de la technologie. En ce sens l'entreprise vise à introduire les NTIC dans toutes ses unités de production.

**Tableau n° 07 : relatif aux fréquences d'usage des TIC au sein de l'entreprise:**

<b>Les fréquences d'usage des TIC</b>	<b>Effectif</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
<b>Plusieurs fois / jour</b>	7	56 %
<b>Une fois / jour</b>	02	17 %
<b>Une fois / semaine</b>	01	9 %
<b>Une fois / moins</b>	02	17 %
<b>Total</b>	12	100 %

Les résultats de l'enquête révèle que 56 % des enquêtés utilisent plusieurs fois par jour les TIC, ce qui montre l'importance des TIC et son rôle dans la vie quotidienne des salariés de l'entreprise. Cependant, quelques un les utilisent une fois par jour ou par mois et cette catégorie représente 17 %, et d'autres personnes qui représentent une part de 9 % les fréquentent uniquement une fois par mois.

Cette fréquentation des TIC est d'une place primordiale et elle réalise de multiples fonctions. A cet effet, nous remarquons que la fréquence d'usage des TIC est très importante. La majorité des interrogés pensent que les TIC facilité leur travail et leur contact avec les autres.

**Tableau n° 08 : relatif aux technologies mobilisées pour accomplir les tâches au sein de l'entreprise:**

<b>Technologie mobilisée</b>	<b>Effectif</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
<b>Micro portable</b>	08	35 %
<b>internet</b>	05	22 %
<b>Intranet</b>	02	08 %
<b>Téléphone fixe</b>	03	13 %
<b>Téléphone portable</b>	05	21 ,73 %
<b>Total</b>	23	100 %

D'après les résultats obtenus dans ce tableau, nous constatons que les enquêtés ont répondu à l'usage des technologies. Plus de 35 % des personnes enquêtés utilisent d'abord le micro portable, suivi de part de 22 % de personnes qui utilisent à la fois le téléphone portable et clé internet, puis 13 % utilisent le téléphone fixe et enfin seulement 08 % des enquêtés utilisent l'intranet.

Cela nous permette de comprendre que l'usage des TIC contribue à mieux assurer une meilleure communication et une bonne circulation d'information au sien de l'entreprise ALFADITEX.

L'outil le plus utilisé dans cette entreprise est la micro portable car il est le mieux adapté au travail, à savoir que la plupart des tâches s'effectuent en dehors du bureau. Aussi l'apparition de téléphone portable et la réduction des coûts de ses usages ont contribué à réduire l'usage du téléphone fixe.

**Tableau n° 09 : répond à la question quel est l'outil informatique le plus efficace ? :**

<b>L'outil informatique le plus efficace est ?</b>	<b>Effectif</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
<b>Micro portable</b>	11	69 %
<b>Micro bureau</b>	03	19 m%
<b>Les deux</b>	02	12 %
<b>Total</b>	16	100

D'après les données recueillies dans ce tableau, nous constatons que 69 °/° préfèrent le micro portable contre 19 °/° qui préfèrent le micro bureau. Cependant il y a uniquement 12 °/° qui préfèrent les deux utiles à la fois car selon eux le résultat est le même.

L'usage massif du micro portable peut s'expliquer par le caractère mobile que permet son usage qui s'adapte mieux avec la nature de travailler au sein de cette entreprise comme nous l'avons déjà mentionné ci dessus.

**Tableau n° 10 : relatif au type de connexion utilisée:**

L'axés à l'internet et le type de connexion utilisé	Oui		Non		Total	
	effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
<b>Clé USB</b>	05	71 %	2	29 %	07	100
<b>Connexion fixe (internet fixe)</b>	02	29 %	05	71 %	07	100
<b>Total</b>	07	100 %	7	100 %	7	100 %

D'après les résultats obtenus nous constatons que la majorité de ceux qui utilisent la connexion internet utilisent la clé USB avec un pourcentage de 71 % contre 29 % qui utilisent la connexion fixe. A partir de ce résultat, nous pouvons comprendre que l'accès à l'internet via la clé USB est beaucoup plus facile et ne demande pas de procédures administratives complexes ni de conditions géographiques adéquates, ce qui a facilité sa généralisation au sein non seulement de l'entreprise mais aussi au sein la société en général.M

**Tableau n°11 : répond à la question relative à la manière dont les salariés règlent leurs problèmes liés aux usages des TIC au sien de l'entreprise ?**

<b>la manière dont je règle un problème lié aux usages des TIC au sien de l'entreprise ?</b>	<b>Effectif</b>	<b>Pourcentage(%)</b>
Je compte sur moi même	03	16 %
je sollicite l'aide d'un collègue	10	53 %
Je demande l'aide d'un ami	01	05 %
Je laisse tomber	04	21 %
Autres	01	05 %
Total	19	100 %

D'après les résultats 53 % des enquêtés tiennent à demander de l'aide à un collègue de travail pour régler un problème lié aux usages des TIC. 21 % préfèrent, par contre, laisser tomber ce genre de problème tandis que 16 % comptent sur eux-mêmes et 5 % demandent l'aide d'un ami en dehors de travail.

La demande de l'aide d'un collègue dévoile le climat de solidarité et un genre de relation, fondée sur la coopération et la confiance mutuelle, qui existe entre les employés de l'entreprise. Ainsi solliciter l'aide d'un collègue pour régler les problèmes liés aux usages des TIC semble la solution la plus rapide et la plus efficace au sien de l'entreprise qui va permettre, par la suite, de gagner du temps et de donner une bonne image sur le climat qui règne à l'intérieur de cette l'entreprise.



**Tableau n°12 : relatif à la prise en charge des formations, liées aux usages des TIC, assurées par l'entreprise pour ses salariés ?**

J'ai déjà bénéficié d'une formation, liée aux usages des TIC, au sein de mon entreprise ?	Effectif	Pourcentage (%)
Oui	04	21 %
Non	15	79 %
Total	19	100 %

D'après les données recueillies dans ce tableau, il existe 78,94% de personnes interrogées qui confirment non pas avoir déjà bénéficié d'une formation liée aux usages des TIC assurée par leur employeur contre 21,05 personnes interrogées qui ont déjà suivi une formation liée aux usages des TIC.

Cela confirme aussi notre résultat obtenu ci-dessous concernant le peu d'importance donnée par l'entreprise à la mission de sensibilisation qu'elle doit assumer auprès de ses employés.

**Tableau n°13 : relatif à la relation entre la formation dans le domaine des TIC et les catégories concernés par cette formation :**

La formation selon Les catégories professionnelles	oui		Non		Total	
	effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Cadre	04	50 %	04	50 %	08	42 %
Agent de matrice	00	00 %	04	100 %	04	21 %
Agent d'exécution	00	00 %	07	100 %	07	37 %
Total	04	21,05 %	15	79 %	19	100 %

D'après le tableau ci-dessus, nous remarquons que la seule catégorie professionnelle qui a bénéficié d'une formation liée aux usages des TIC était les cadres. Le tableau dévoile aussi que 50 % des cadres, c'est-à-dire la moitié, était concernés par la formation. Ce taux représente, en réalité, 21 % de notre échantillon d'étude.

Ce résultat nous amène à dire que la formation au sien de l'entreprise ALFADITEX est un outil secondaire dans la stratégie des responsables. En réalité, il existe une non valorisation de la formation et un non sensibilisation, comme nous allons le découvrir dans les analyses des résultats qui suivent, sur le rôle des TIC comme un moyen de développement des compétences, d'amélioration des niveaux de qualification et de possibilité d'acquérir des connaissances nouvelles.

**Axe 03 : l'impact des NTIC sur la performance de l'entreprise.**

**Tableau n°14: la réponse à la question : l'entreprise sensibilise-t-elle ses employés sur l'importance des TIC au travail ? :**

<b>L'entreprise sensibilise-t-elle ses employés sur l'importance des TIC au travail ?</b>	<b>Effectif</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
<b>Oui</b>	08	42 %
<b>Non</b>	11	58 %
<b>Total</b>	19	100 %

Selon les données affichées sur le tableau ci-dessus, plus de la moitié des salariés de l'entreprise trouvent que l'entreprise ne joue pas son rôle de sensibilisation concernant les avantages d'utiliser les TIC contre 42 % qui voient le contraire, qui reconnaissent l'effort de sensibilisation, autour de rôle des TIC au lieu de travail, fourni par l'entreprise.

Cela traduit le climat qui règne en général dans l'entreprise algérienne qui porte un discours, le moins que l'on puisse dire contradictoire, qui encourage l'usage des TIC sans prendre les mesures nécessaires pour atteindre cet objectif.

**Tableau n°15 : répond à la question par quel moyen êtes vous informer sur les futures activités et rendez- vous de l'entreprise ?**

<b>par quel moyen êtes-vous informer sur les futures activités et rendez- vous de l'entreprise ?</b>	<b>effectif</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
Appel téléphonique	07	28
Messagerie électronique	02	8
Réseaux sociaux	01	4
Communication face à face	15	60
Total	25	100

D'après les données statistiques recueillies dans le tableau ci-dessus les moyens les plus utilisés par l'entreprise pour informer ses employés est la communication de face à face qui représente 60 % puis vient par la suite les appels téléphonique avec un taux de 28 °° puis la messagerie électronique avec un pourcentage de 8°° et enfin vient les réseaux sociaux avec seulement un pourcentage de 4°°.

D'après ces résultats nous pouvons comprendre que la communication face à face est l'outil le plus adopté pour informer les salariés de l'entreprise car elle est le moyen le plus facile et le plus efficace pour faire passer un message. Elle est aussi considérée comme un moyen rapide et moins cher, ce qui permet de réduire les délais des réalisations des tâches dans l'entreprise.

**Tableau n°16: relatif aux rôles des TIC au sein de l'entreprise ?**

<b>rôles des TIC au sein de l'entreprise</b>	<b>L'effectif</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
<b>Commercialisation</b>	06	32 %
<b>Publicité</b>	03	16 %
<b>Contacte avec le client</b>	05	26 %
<b>Gestion de ressources humaines</b>	03	15 %
<b>Autres</b>	02	11 %
<b>Total</b>	19	100 %

Notre échantillon pense que les TIC sont utilisées pour accomplir la tâche de commercialisation avec un taux de 32 %, suivie par la tâche de contact clients avec un taux de 26 %. En troisième position, 16 % des salariés pensent que les TIC sont principalement utilisés pour réaliser les deux tâches de publicité et de gestion des ressources humaines. Enfin 11 % pensent que les TIC peuvent assurer d'autres tâches en plus de celles citées dans le tableau ci-dessus.

L'entreprise ALFADITEX insiste sur le fait que les TIC sont mises en œuvre dans le but de faciliter l'exposition de produit sur différents espaces de vente pour attirer l'attention des clients. Elles facilitent aussi les échanges commerciaux sur les marchés de venté.

**Tableau n° 17 : relatif à la corrélation qui existe entre le tic et le climat d'échange à l'intérieur de l'entreprise :**

<b>Les tic favorisent un climat d'échange entre les salariés ?</b>	<b>Effectif</b>	<b>Pourcentage</b>
<b>D'accord</b>	08	42 %
<b>Pas d'accord</b>	09	48 %
<b>Sans opinion</b>	02	10 %
<b>Total</b>	19	100 %

D'après les résultats obtenus dans ce tableau, nous ne constatons que 48 % des salariés sont pas d'accord sur le fait que les TMIC créent un bon climat pour l'échange et l'interaction entre les salariés contre 42 % qui voient le contraire tandis que seulement 10 % de notre échantillon qui n'a pas d'opinion sur cette éventuelle corrélation entre les TIC et un bon climat d'échange et d'interaction entre salariés au sein de l'entreprise.

Les salariés n'ont pas une vision claire et n'arrivent pas à envisager le rôle des TIC comme un outil d'échange entre les salariés.

**Tableau n° 18 : répond à la question quel nature de travail que l'introduction des TIC a encouragé ?**

L'introduction des TIC a encouragé ?	Effectif	Pourcentage
Le travail en équipe	08	42 %
Le travail individuel	08	42 %
Sans opinion	03	16 %
Total	19	100 %

D'après le tableau ci-dessus, nous constatons que que l'introduction des TIC a encouragé sur le même pied d'égalité le travail en équipe et le travail individuel avec un pourcentage de 42 %.

Cela explique que l'intérêt général porté sur les TIC au sein de l'entreprise concerne beaucoup plus ses capacités à faciliter les tâches de réalisation des différentes activités au sein de l'entreprise, et peu importe la nature de travail qu'elle encourage ni le nombre des travailleurs qu'elles engagent. Mais une chose est sur est que l'application des TIC dans la réalisation des tâches va contribuer, dans un futur proche, à une véritable révolution socioculturelle au sein de l'entreprise algérienne.

**Tableau n° 19 : relatif au point de vue personnel des salariés sur les usages des TIC au sein de l'entreprise:**

<b>Le point de vue personnel sur l'usage des TIC par l'entreprise</b>	<b>Effectif</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
<b>Bénéfique efficace</b>	12	63 %
<b>Sans bénéfice</b>	02	11 %
<b>Sans opinion</b>	05	26 %
<b>Total</b>	19	100 %

D'après les données que dévoile le tableau ci-dessus, 63 % des enquêtés estiment d'un point de vue personnel que l'usage des TIC par l'entreprise est bénéfique et efficace contre 26 % des enquêtés qui n'ont pas d'idée sur les avantages des TIC tandis que 11 % d'entre eux pensent que les TIC n'apportent aucun bénéfice pour leur entreprise.

Selon quelques interviewés rencontrés sur terrain, les TIC sont les outils les mieux placés qui servent à faciliter le déroulement de travail et à gérer les situations difficiles afin de mieux communiquer et de transférer les informations entre eux.



**Tableau n° 20: relatif à l'impact des TIC sur l'organisation :**

<b>Les TIC ont un impact sur l'organisation ?</b>	<b>effectif</b>	<b>Pourcentage</b>
Oui	13	68 %
Non	06	32 %
Total	19	100 %

D'après les données statistiques affichées dans ce tableau, nous constatons que 68 % pensent que les TIC ont un impact sur l'entreprise contre 32 % qui pensent le contraire, c'est-à-dire il y a pas d'impact.

D'après les gens interviewés sur terrain, les Tic influent positivement sur le travail de l'entreprise puisque elles diminuent les conflits au travail et permettent de gagner du temps, ce qui sert aussi à éviter les problèmes entre les fonctionnaires à l'intérieur de l'entreprise. Les TIC sont un instrument lié au contexte de travail et facilitent la communication avec les clients.

**Tableau n° 21: répond à la question si l'usage des TIC permettra d'orienter l'activité de l'entreprise vers de nouveaux produits ou services ?**

<b>l'usage des TIC permettra d'orienter l'activité de l'entreprise vers de nouveaux produits ou services ?</b>	<b>Effectif</b>	<b>Pourcentage (%)</b>
Oui	10	52 %
Non	03	16 %
Sans opinion	06	31 %
Total	19	100 %

D'après les résultats obtenus de l'enquête sur le terrain, nous constatons que 52 % des interrogés pensent que l'usage des TIC permettra à leur entreprise d'orienter ses activités vers des nouveaux produits ou services et 31 % ne partagent pas cette opinion tandis que 16 % d'entre eux n'ont aucune idée sur la relation entre les TIC et la création des nouveaux produits et service.

Ce résultat montre que plus de la moitié des interrogés pensent qu'entre les TIC et l'innovation, au sens large du terme, entre les TIC et les nouveaux produits, il existe une relation très forte car c'est grâce à ces TIC que les salariés peuvent être en courant sur l'actualité de monde de l'entreprise au niveau international, ce qui permettra aussi de copier quelques bonnes idées de production et de commercialisation.

**Discussion des l'hypothèses :**

D'après l'étude menée sur terrain dans le complexe industriel ALFADITEX TEXALG SPA REMILA de SIDI AICH, nous arrivons aux résultats suivants :

**Concernant la première hypothèse :** *la diffusion des TIC au sein de l'entreprise algérienne ne s'est pas traduite par une égalité des chances d'accès entre les différentes catégories professionnelles.*

A travers les différentes réponses quand nous avons obtenu des différentes questions posées sur les enquêtés, on peut dire que la première hypothèse se confirme par rapport une certaine inégalité dans les usages des TIC au sien de l'entreprise ALFADITEX. Les chances d'accès entre les différentes catégories des salariés se fait en mesure de grade occupée à l'intérieur de cette entreprise. Parmi les trois catégories professionnelles qui existent à l'intérieur de l'entreprise, nous avons constaté que seule la catégorie des cadres qui a bénéficié des formations prises en charge par l'entreprise Alfaditex, et ce avec un pourcentage de 50 %°, c'est-à-dire la moitié des cadres qui ont été concernés par ces formations. Ainsi tout les salariés n'ont pas le même droit d'accès à l'information qui dépend du niveau hiérarchique et de responsabilité et qui justifie une hiérarchie descendante c'est-à-dire du directeur au sous directeur et aux travailleur.

En effet, l'accès aux TIC au niveau de l'entreprise d'ALFADITEX – Remilla exige d'autres critères comme l'âge et le niveau d'instruction. Par exemple la génération ancienne se diffère de la génération d'aujourd'hui qui utilise massivement les TICS dans sa vie quotidienne avant même d'intégrer la vie professionnelle.

**Concernant la deuxième hypothèse :** *les TIC sont utilisés massivement au sein de l'entreprise dans le but de faire promouvoir sa performance.*

D'après les données recueillies sur le terrain, nous constatons que les usages des TIC sont orientés vers l'amélioration de la productivité de l'entreprise.

Les NTIC sont considérées comme un facteur de développement économique et social. Elles permettent de gagner de temps, facilitent la communication à l'intérieure ou à l'extérieur de l'entreprise créent une certaine harmonie dans les différents tâches et services et minimisent les coûts, ce qui permet une meilleure efficacité dans la production, la commercialisation et la gestion de ressources.

Mais malgré ce constat, on remarque que les responsables d'ALFADITEX, vu le manque de sensibilisation sur les TIC, donne peu d'importance aux TIC, ainsi les TIC ne sont pas utilisées massivement au sein de l'entreprise par toutes les catégories professionnelles.

On conclut donc que malgré avoir orienté les usages des TIC vers l'amélioration de la performance de l'entreprise, les usages des ses moyens technologiques restent très limités et ne couvre pas toutes les catégories professionnelles au sein de ALFADITEX.

# **Conclusion**

## CONCLUSION

---

### **Conclusion :**

En conclusion, Il semble essentiel pour l'entreprise d'aujourd'hui et de demain d'investir dans les nouvelles technologies et d'employer un personnel qualifié afin de permettre une utilisation optimale de ces outils. En effet, avec les TIC, la performance technique n'est plus un critère déterminant de succès, mais c'est l'appropriation des projets par l'ensemble du personnel qui les légitime. C'est ainsi qu'une information à partir d'internet ne sera d'aucune utilité si les individus ne communiquent pas à travers cette information.

L'autre point qui peut garantir la réussite de cette implantation concerne l'implication des dirigeants surtout lorsqu'il s'agit de mesurer les changements d'organisation et l'évolution des compétences liées aux nouvelles technologies. Ainsi la collaboration entre les différents services de l'entreprise qui n'ont ni les mêmes priorités ni forcément l'habitude de travailler ensemble, est primordiale pour l'amorce d'un travail d'équipe et d'un échange transversal des informations.

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

## **La liste bibliographie**

### Les ouvrages :

1-Abdelkader RACHEDI, l'impact des TIC sur l'entreprise, Université de Saida magistère 2006.

2-Alex Mucchielli, Jean Antoine Carbalon, Valérie Ferrandez, « théorie de processus de la communication », édition Armand Colin, Paris, 1998.

3-Beau Dominique et DOUDAL Sylvain, stratégie d'entreprise et communication, édition Dunod, Paris, 1992.

4-BITOUZET CHRISTINE, le commerce électronique, Hermès sciences Publication, Paris, 1999.

5-BOULOC Pierre. NTIC : comment en tirer profit, 8<sup>ème</sup> édition, RIA, Paris, 2003.

6-BOUTARY Martine, TIC et PME : des usages aux stratégies, L'ARMATTAN édition, Paris, 2003.

6-BAYLON Christian et MIGNOT Xavier, la communication : les outils et les formes de la communication ; une présentation méthodique et illustrée, 2<sup>ème</sup> Edition, Nathan.

7-Demont-Lugol Liliane et autres, communication des entreprises stratégies et pratiques, 2<sup>ème</sup> Edition, Armand collin, Paris, 2006.

8-DETRIE Philippe et BOYER Catherine, la communication interne au service de management, 2<sup>ème</sup> Edition Liaisons, 2003.

9-DOU (Henri), veille technologique et compétitivité, édition Dunod, Paris, 1995.

10-FABIAN Granjon, Benoit Lelong et Jean-Luc Metzger, inégalité numériques, clivage sociaux et mode d'appropriation des TIC, Hermès lavoissier, Paris, 2009.

11-MORTON Michael S.S. Michael, l'entreprise compétitive au futur : technologie de l'information en transformation de l'organisation, édition d'organisation, Paris, 1995.

12-Négro (Yves) : l'étude de marché, édition Vuibert, Paris, 1987.



13-NGUYEN-THAN Fannelly,la communication une stratégie au service de l'entreprise,édition,economica,Paris,1991.

14-Rodrick-J-Macdonald « les valeurs de l'entreprise qui sécoise »,Guérin,Quésec,1995.

15-GLIKMAN Vaviane,la formation e-formation entre globalisation des produits et punirait des services,bouges-globalisme et pluralisme,Montréal,Avril 2002.

### **Les ouvrages méthodologiques :**

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

2-AKTOUF Omar, « méthode des sciences sociales et approches qualitatives des organisations »édition,pressede l'universitéde Québec boul.laurier Sain Foy,Québec,1992.

3-BRUNO Henri et MAURICE Imbert,DRH,Tirez parti des technologies,édition d'organisation,Paris,2002.

4-CARRE.P et CASPAR.P,Traité des sciences et techniques de la formation,Paris,Dunod,1999.

5-GRAVEL Robert « Guide méthodologique de la recherche »,PUQ,Québec,1978.

6-GRAWITS Madeleine,Méthode des sciences sociales,11<sup>eme</sup>édition,Ed.DALLOZ,Paris,2001.

7-PHILIPPE BAUMARD, JEAN-ANDRE Benvenuti,compétitive et d'information,Paris,1998.

8-RAYMAND Doudon,Les méthodes en sociologie,Paris,PUF,1997.

9-SAADOUN Mélissa,Avec le temp,édition d'organisation,Paris,1998.

10-TREILLE Jean-Michel,Le pilotage l'entreprise opérationnel d'organisation,édition,Paris,2004.

11-WIGINE LETHIAIS-WIDED SMATI,Appropriation des TIC et performance des entreprises,Enquête,Marsoui,France,2008.

### **Les dictionnaires :**

1-AKOUN et ANSERT.P et autres,Dictionnaire de sociologie,GONSAGUE RAYNAND(le ROBERT6SEUIL),Octobre 1999.

2-DE BOISLANDELL Henri Mahi,Dictionnaire de gestion vocabulaire :concept et outi,economica édition,Paris,1998.

3-DOTIER Jean Froncios,Dictionnaire des sciences humaines,Paris,2004.

4-LAMIZET Bernard,SJLEM Ahmed,Dictionnaire encyclopedique de science de l'information et de la communication,édition marketing,Paris,1997.

### **Les document électroniques :**

1-BOUHENNA Ali,Les enjeux des NTIC dans l'entreprise,université de Tlemcen,fseg.univ.tlemcen.dz/.../Microsoft%20Word%20-%20Ali%20BOUHENNA Ali... 09/02/2015 à 22h50.

2-M.S.Boudjebbour,Les Projets NTIC :source de performance de l'entreprise CERIST,Ben Aknoun,Alger,Algérie,www.webreview.dz/IMG/pdf/article\_7-2.pdf 15/12/2014 à 11h30.

3-Les TIC et la croissance économique,panorama des industries des entreprises et des pays l'organisation de coopération et de développement économiques(OCDE),EDITION OCDE,France,Paris,2003,PDF.Mercredi 22/01/2015 à 12h42.

4-SAINT-ETIENNE Christain,l'impacte d'internet sur l'économie française : comment l'internet transforme notre pays,France,mars 2011,PDF.

### Les sites internet :

1-<http://master.first-firm.com/t173-topic>.Dimanche 05/01/2015,22 :07h.

2-<http://www.economie.gouv.fr/Files/rapport-mckinsey-company.PDF>,vendredi 19/04/2015,17h25.

3-<http://Définition des TIC/ les technologie de l'information et de communication.html>,mardi,19/03/2015,00 :00h.

4-<http://www.petite.entreprise.net/P-3079-81—G1-L'information-dans-l'entreprise.http>,lundi,11,01,2015.

5-<http://Fr.scribd.com/doc/56664224/expose-NTIC.http>,vendredi,19,12,2014.



## **Les annexes**

**Université Abderrahmane mira-Bejaia**

**Faculté des sciences humaines et sociales/ Département des sciences sociales**

**Mémoire de fin de cycle / En vue de l'obtention du diplôme de Master en sociologie**

**Option : sociologie du travail et des ressources humaines**

**Les nouvelles technologies de l'information et de la communication et leur impact sur la performance de l'entreprise**

**Questionnaire de recherche adressé aux employés de l'entreprise**

Dans le cadre de notre mémoire de fin de cycle **MASTER II** en « **sociologie de travail et des ressources humaines** », nous essayons de rassembler quelques informations qui nous aideront à répondre à notre problématique de recherche, à savoir « **les nouvelles technologies et de la communication et leur impact sur la performance de l'entreprise** » au sein de l'entreprise **TEXALG SPA Unité DE ALFADITEX REMILA**.

A cet effet, comptant sur votre collaboration, nous vous prions de bien vouloir répondre aux questions que comporte ce questionnaire.

Sachez bien que vos réponses doivent être personnelles et qu'il y a pas de bonne ou mauvaise réponse, cela dépend de vous, de votre vécu et de votre expérience.

Nous vous serions reconnaissants de bien vouloir répondre à ce questionnaire dont l'anonymat est garanti, et qui sera pour un usage strictement scientifique.

**Réalisé par :**

- Louanas Bouchakal
- Ikhlef Aloui

**encadré :**

Mme Nacira Houari

**Année universitaire 2014 /2015**

**Veillez cocher la bonne ou les bonnes réponses ?**

**Axe 1 : les caractéristiques personnelles des enquêtés.**

**1-Sexe :**

Féminin

masculin

**2-l'âge :**

a-18-30 ans

b-31- 40 ans

c- 41-50 ans

d-51 ans et plus

**3- Niveau d'instruction :**

Primaire

secondaire

universitaire

**4-Fonction :**

Cadre

agent de maitrise

agent d'exécution

## **1- Expérience professionnelle:**

- Moins de 06 mois       6 à 12 mois       01- 02 ans  
 02- 05 ans       05 et plus

## **Axe 02 : relatif aux usages des TIC au sein de l'entreprise :**

**1-Avez-vous déjà utilisé une technologie au sein de votre entreprise ?**

- Oui  
 - Non

**Si oui répondez à la question suivante ?**



**2- quelle est la fréquence maximale de votre usage?**

a- plusieurs fois /jour

b- une fois/semaine

c- une fois/jour

d- une fois/moins

**3- Parmi ces technologies citées ci –dessous, cochez uniquement celles que vous utilisez pour accomplir votre travail ?**

Micro portable

Internet

Intranet

Téléphone fixe

Téléphone portable

**09- D'après vous quel est l'outil le plus efficace au travail?**

Micro bureau

ordinateur portable

Les deux

**10- L'accès à l'Internet au sein de votre entreprise est possible grâce au :**

Réseau Internet

clés USB

**11- Pour régler un problème lié aux usages des TIC au sein de l'organisme où je travaille :**

Je compte sur moi même

Je sollicite l'aide d'un collègue

je demande l'aide d'un ami

je laisse tomber

**12- Avez-vous déjà bénéficié d'une formation, liée aux usages des TIC, prise en charge par votre entreprise ? si oui, veuillez indiquer votre catégorie professionnelle ?**

Oui (catégorie professionnelle)

non

**Axe 03 : l'impact des NTIC sur la performance de l'entreprise.**

**13- L'entreprise sensibilise –elle ses employés sur l'importance des TIC au travail ?**

Oui

non

**14- Par quel outil êtes-vous informé sur les futures activités et rendez-vous de votre entreprise ?**

Appel téléphonique

messagerie électronique

Réseaux sociaux

communication face à face

**15- Les TIC sont utilisés pour accomplir les tâches suivantes :**

Commercialisation

publicité

Contact avec client

Gestion des ressources humaines

**16- les TIC ont favorisé un climat d'échange entre les salariés ?**

A- d'accord       b- pas d'accord       sans opinion

**17- l'introduction des TIC a encouragé :**

Le travail en équipe       le travail individuel       sans opinion

**18- Quel est votre point de vue personnel sur l'usage des TIC par l'entreprise ?**

Bénéfique et efficace       sans bénéfice       sans opinion

**19 Pensez-vous que l'usage des tics à un impact au sein de votre entreprise ?**

Oui       non

**20- pensez vous que l'usage des TIC a permet d'orienter l'activité de votre entreprise vers de nouveaux produits ou services ?**

Oui       non       sans opinion