

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA
FACULTE DES SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES
DEPARTEMENT 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 :

**Usage des technologies de l'information et de
Communication en milieu professionnel
Cas pratique : la SARL Ramdy d'AKBOU**

Réalisé par

M^{elle}. LAICHOOR Kahina

M. LAHBIBEN Abdelghani

Encadré par

M^{eme}. MOUHOUN Leila

Année universitaire

2013/2014

Remerciement

Au terme de ce modeste travail, nous tenons à exprimer notre profonde gratitude et nos vifs remerciements :

- ❖ Avant tous, nous remercions ALLAH le tout puissant pour nous avoir donné la force et la patience pour mener à terme ce travail.
- ❖ A nos familles, qui nous ont toujours encouragés et soutenus durant toutes nos études.
- ❖ A notre promotrice M^{eme} MOUHOUN Leila pour avoir accepté de nous guider sur le bon chemin du travail, malgré ses nombreuses occupations n'a jamais ménagé ses efforts pour suivre de près notre travail.
- ❖ Nous tenons à remercier également l'ensemble des enseignants du département de sociologie.
- ❖ Nous remercions tous particulièrement l'ensemble du personnel de SARL RAMDY.

A tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce mémoire.

Dédicace

Je dédie ce modeste travail :

A mes très chers parents et grand-mère

A mes chères frères et sœurs

A tous mes amis

A tous ceux qui me sont chères.

ABDELGHANI

Dédicace

Je dédie ce modeste travail à :

A mes très chers parents qui m'ont toujours encouragé et soutenus durant tout mon parcours.

A mes chers frères : Arezki et Larbi.

A mes très chers sœurs : Saida, Sabrina et Siham.

A ma belle sœur Samia.

A toute ma famille et mes amies.

Et à tous ceux qu'je connais de près ou de loin.

Kahina

Liste des tableaux

Tableaux N° 01 : La gamme des produits de Ramdy.....	60
Tableaux N° 02 : Les Réseaux de distribution de la SARL Ramdy.....	61
Tableaux N° 03 : La présentation de l'effectif de la SARL Ramdy.....	68
Tableaux N° 04 : La répartition de l'échantillon selon le sexe.....	69
Tableaux N° 05 : La répartition de l'échantillon selon la catégorie d'âge...	69
Tableaux N°06 : la Répartition de l'échantillon selon la catégorie socioprofessionnelle.....	70
Tableaux N° 07 : La Répartition de l'échantillon selon l'expérience.....	71

Liste des abréviations

PME : Petite et moyenne entreprise.

SARL : Société à responsabilité limitée.

IP : Internet protocole.

PDF : Portable document format.

SI : Système d'information.

SIRH : Système d'information des ressources humaines.

SCM : Supply chain management.

ERP : Entreprise resource planning.

TIC : Technologie de l'information et de communication.

NTIC : Nouvelle technologie de l'information et de communication.

SOMMAIRE

Introduction

Partie théorique

Chapitre I : Le cadre méthodologique

1- Les raisons de choix du thème.....	6
2- Les objectifs de la recherche.....	6
3- La problématique.....	7
4- Les hypothèses de la recherche.....	13
5- Définition des concepts.....	14
6- La démarche méthodologique.....	17
7- Les techniques appliquées.....	18
8- La population d'étude.....	21
9- Les difficultés rencontrées.....	21

Chapitre II : Le cadre théorique

Section 01 : généralité sur la communication et l'information

1- La communication ;.....	24
2- L'information.....	30

Section 02 : généralité sur les TIC

1- L'histoire des TIC.....	33
2- La nature des TIC.....	35
3- Les avantages et inconvénients des TIC.....	35
4- Les caractéristiques spécifiques des TIC.....	35
5- Les effets des TIC.....	36
6- Les filières des TIC.....	36
7- Types et outils des TIC.....	37

Section 03 : Appropriation des TIC et le changement organisationnel

- 1- Appropriation et usage des TIC..... 43
- 2- Les TIC et le changement organisationnel.....49

La partie pratique

Chapitre III : Présentation de l'organisme d'accueil, analyse et interprétation des résultats

Section 01 : Présentation et organisation de l'organisme d'accueil

- 1- La présentation de la SARL RAMDY..... 56
- 2- Organisation structurelle de la SARL RAMDY..... 62
- 3- Présentation du département des ressources humaines. 65
- 4- Les missions de la SARL RAMDY..... 67

Section 02 : Analyse et interprétation des résultats

- 1- Les caractéristiques personnelles des enquêtés. 68
- 2- Analyse et interprétation des résultats. 71
- 3- La discussion des hypothèses.....83

Conclusion

La liste bibliographique

Annexes

Introduction

Introduction

A l'aube du 21^{ème} siècle le monde économique a vécu une grande mouvance, celle du passage d'une économie de production à une économie d'information et de savoir. Face aux exigences de la mondialisation, l'ouverture du marché, les alliances, partenariat, l'entreprise à du et adapter son organisation aux nouveaux outils appropriés. Parmi les outils nous retrouvons la place centrale des technologies d'information et de communication (TIC) qui offrent de frondes opportunité aux entreprises.

L'accès aux technologies de l'information et de la communication est devenu un atout majeur dans la création, l'organisation, la gestion et la croissance d'une entreprise, petite ou grande soit-elle. Développées grâce au progrès de l'informatique, de l'Internet et de la téléphonie, les technologies de l'information et de la communication (TIC) ont révolutionnés toutes les techniques de gestion.

Leur implantation dans le milieu professionnel a généré beaucoup de changement et de transformation dans le travail. D'ailleurs, tout est devenu informatisé car nous pouvons par exemple stocker un nombre considérable d'information sans se référer aux boites d'archives. Nous pouvons également communiquer et s'informer en temps réel sans effectuer des déplacements aussi, les bouleversements qu'elles engendrent à l'intérieur de l'entreprise et dans son environnement le plus proche.

Dans cette recherche nous voulons découvrir quel usage fait-on des technologies de l'information et de communication au milieu professionnel par les cadres de la SARL Ramdy et cette recherche s'articule autour de trois principaux chapitres suivant :

Dans le premier chapitre nous présenterons le cadre méthodologique de notre recherche, les raisons qui sont derrière le choix du thème, l'objectif de notre recherche, la problématique, les hypothèses, les définitions des concepts

Clés, la méthode et la technique utilisées pour le recueillement des informations et l'analyse de ces dernières, ainsi que la présentation de la population d'enquête et les difficultés rencontrées sur le terrain.

Le deuxième chapitre traitera le cadre théorique, il s'agit en effet de généralité sur la communication et l'information dans l'entreprise, généralité sur les technologies de l'information et de communication et enfin l'appropriation des technologies de l'information et de communication et le changement organisationnel au sein de l'entreprise.

Le troisième est le dernier chapitre qui est consacré au cas pratique, en premier lieu on a fait une présentation de l'organisme d'accueil, puis l'analyse de données obtenues sur le terrain, leurs synthèses et enfin en termine avec une conclusion.

Partie Théorique

Chapitre I

Cadre Méthodologique de la recherche

1- Les raisons de choix du thème :

- ✓ Dans cette étude nous voulons savoir dans quel objectif l'entreprise algérienne utilise les TIC.
- ✓ Ces moyens sont-ils utilisés dans le bon sens ou bien il y a une déviation d'usage.
- ✓ Pour voir l'importance des TIC sur le changement qui apparaît dans l'entreprise et leur influence sur le niveau organisationnel ainsi que dans la diffusion d'information.

2- L'objectif de la recherche :

Par cette recherche, nous essayons d'atteindre les objectifs suivants :

- ✓ Recueillir plus d'information sur l'usage des TIC dans l'entreprise algérienne.
- ✓ Approfondir nos connaissances acquises pendant notre cursus.
- ✓ Connaitre l'importance et l'utilité des technologies de l'information et de communication dans le milieu professionnel.
- ✓ Stage de fin d'étude pour nous faciliter l'intégration dans le domaine de travail.

3- La problématique :

Dans la société comme dans l'entreprise, une large gamme d'outils et de moyens parfois très différents est regroupée sous l'appellation « technologies de l'information et de la communication ». Ils ont en commun de produire, transformer ou échanger de l'information grâce à des composants électroniques comme les ordinateurs, les téléphones portables, des réseaux filaires, ou des logiciels qui complètent le matériel pour permettre la réalisation d'un très grand nombre de tâches. Les réseaux, physiques ou virtuels, sont également considérés comme des TIC. «On considère généralement que les TIC constituent la partie matérielle et logicielle du système d'information (SI) de l'entreprise, dont la fonction est d'acquérir, de traiter, de stocker des informations utiles à la structure. Outre les TIC, le SI inclut du personnel, des données et des procédures ».¹

L'introduction de nouvelles technologies se différencie d'une société à une autre, d'une entreprise à une autre. Reprenant l'idée de la critique de Frédéric W. Taylor par Georges Friedmann, Canguilhem note que « tout homme veut être sujet de ses normes » critique qui met le doigt sur la dimension locale et culturelle de la technologie. La technologie, ajoute Yves Schwartz ne peut être une « pure imposition externe, qui déterminerait chez des «Exécutants» un moment de l'expérience vitale ». Elle est toujours le résultat d'une expérience sans cesse renouvelée, un processus de construction sociale relié à un milieu, qu'il soit physique ou virtuel. C'est le fait d'être une construction sociale qui fait la différence entre les entreprises (et les sociétés) et qui explique pourquoi, tout en utilisant les mêmes technologies et les mêmes qualifications professionnelles, elles parviennent à des résultats économiques et sociaux différents.

¹TRISTAN Klein, Impact des TIC sur les conditions du travail, Centre d'analyse stratégique, Février 2012, République Française, p 09.

Si la technologie peut être dans son essence la même, c'est-à-dire un ensemble de lois physiques matérialisées dans un objet, le système sociotechnique qui opère présente toujours des différences d'un contexte à un autre. Ces différences s'expriment au niveau des relations de travail, de la communication, des rapports de production (rapport humain-humain et humain-machine), des rapports de pouvoir (marge d'autonomie et d'initiative dans le travail), de la tradition technologique de l'entreprise (savoir et savoir-faire accumulés et transmissibles)... C'est en ce sens que la technologie « n'est pas seulement un ensemble de procédés et d'instruments, de logiciels et de matériels, qu'on peut acheter et mettre en œuvre, mais aussi un état d'esprit, une attitude à l'égard de la nature, un comportement culturel ».¹

De nos jours, les organisations sont confrontées à de nombreuses difficultés qui illustrent la nécessité d'améliorer leur fonctionnement, de rendre leur système de gestion et production plus efficace. « Un effort qui aura pour tâche de garantir un meilleur accès à l'information d'ordre technique et professionnel, ceci dans le but de permettre à l'ensemble de son personnel d'accroître la transparence et la fluidité de l'information qui peuvent les aider à accomplir leurs tâches quotidiennes, mais aussi de garantir une bonne communication interne qui va répercuter positivement vers l'externe ».²

L'introduction des TIC et le renforcement de leur usage au sein de l'entreprise algérienne engendreront une transformation importante de ses modes d'organisation et de travail.

¹KHLFAOUI Hocine, Accès aux technologies en Algérie: imposition ou appropriation ?, Centre Interuniversitaire de Recherche sur la Science et la Technologie (CIRST), Université du Québec à Montréal, 2011, p 8.

²ARNAUD PATEYRON Emmanuel- et SALAMON Robert, Les nouvelles technologies de l'information et de l'entreprise, édition economica, Paris, 1996, p 67.

En effet, les TIC, et en particulier l'Internet, permettent d'établir un «espace de communication indépendant de la localisation physique» qui affirme la disponibilité de l'information n'importe où et n'importe quand. « C'est pour cela que la gestion de l'information doit être décentralisée là où c'est possible, là où les connaissances sont les meilleures, afin d'améliorer la qualité des processus de prise de décision ». ¹

Cette évolution permanente des TIC entraîne l'arrivée sur le marché de nouveaux produits matériels et logiciel, a des prix de plus en plus bas. Cette dynamique a touché pratiquement tous les secteurs économiques, industriels. « Les organisations algériennes que ce soit privées ou publiques se sont vues équiper de façon importante de technologies informatiques notamment avec l'usage intensif en matériel et en réseaux informatique pour la connexion de leurs ordinateurs ». ²

« Afin d'améliorer l'environnement des entreprises Algériennes et de promouvoir leur développement, en 2000 les pouvoirs publics ont mis en place un programme de mise à niveau co-financé par l'Union Européenne. Le but de ce programme est d'améliorer les capacités de production de ces entreprises, une meilleure compétitivité et une insertion dans le marché mondial en vue de l'adhésion du notre pays en 2010 à l'OMC ainsi que l'accès à la zone de libre échanges euro- méditerranéenne. Le secteur de la PME a bénéficié d'un programme de mise à niveau de la compétitivité industrielle et de développement des services d'appui technologiques et de conseils à l'industrie.

¹ Elaboration de la Stratégie e-Algérie 2013, p 01.

² BELKHIRI Ali : Les enjeux des TIC en entreprise algérienne, Revue pour les sciences commerciales, Enseignant associé à l'INC, p 20.

L'objectif étant de stimuler l'innovation dans ces entreprises et de relever les nouveaux défis de la concurrence internationale. »¹

Depuis la fin du XXème siècle, notre société subit de profonds bouleversements dus à l'avènement de l'ère de l'information. De nombreuses études montrent que les pays développés consacrent environ 20% de leur PIB à des activités directement liées à la production et à la distribution de l'information. Les entreprises sont aujourd'hui conscientes que leur avenir est tributaire des connaissances et savoir-faire des acteurs de leurs organisations. Les connaissances (compétences) de l'entreprise sont un ensemble de richesse constituant un capital qui peut procurer un avantage compétitif pour l'entreprise. Notons que ce qui fait la force d'une entreprise est surtout son stock de compétence et sa capacité à les développer et à les capitaliser. « Plusieurs moyens techniques et humains peuvent contribuer à la capitalisation des compétences de l'entreprise notamment par la gestion des connaissances et l'exploitation des outils des technologies de l'information et de la communication ».²

Les stratégies d'usages sont analysées à partir de l'existence déclarée d'application utilisées ou développées par l'entreprise autour d'internet et des TIC: le courrier électronique, l'échange de fichier, la consultation et le développement de site web, de marketing, de veille technologique, les applications du commerce électronique etc. L'évolution des projets de développements et d'usages de tic a été abordée afin de mesurer la cohérence entre les capacités organisationnelles et les projets. la mobilisation des TIC pour méditer les relations de l'organisation avec différents types de partenaire externe peuvent être à la fois perçues comme un révélateur des stratégies

¹GACEM Soumia ET KEBBACHE Khaled, « Le processus d'innovation dans les PME Algériennes », Université Bejaia, Algérie, Décembre, 2001, P 4.

²MOHELLEBI Dalila, Les NTIC et la capitalisation des compétences internes de l'entreprise, Université de Tizi Ouzou, Algérie, P 05.

d'usages et des possibilités de capter des externalités de réseaux agissant sur les capacités organisationnelles .

Parmi les organisations algériennes ayant adopté et investi dans les technologies de l'information et de communication nous trouvons la SARL Ramdy. Elle a introduit ces moyens dans le but d'avoir un bon fonctionnement et une bonne gestion de l'information en interne et externe et l'organisation de travail.

La SARL Ramdy, qui est spécialisé dans la production des produits laitiers et l'un des organisations qui mis à la disposition de ses cadres ces moyens qui leur permettent de mieux communiquer et d'avoir l'information en temps réel et plus rapide tels que : la messagerie électronique, Internet, Intranet, l'affichage, la téléphonie et le réseau Wifi.

Nous nous sommes rapprochés de cette entreprise afin de comprendre la logique à travers laquelle les entreprises algériennes pensent l'introduction des TIC dans leur fonctionnement. C'est pour cela que nous sommes sorties d'un ensemble de questionnements autour des quels s'articule notre problématique de recherche.

Toute recherche doit se fonder sur une problématique centrale. Elle est « La meilleure manière d'entamer un travail de recherche en sciences sociales et consiste à s'efforcer d'énoncer le projet sous la forme d'une question de départ. Par cette question, le chercheur tente d'exprimer le plus exactement possible ce qu'il cherche à savoir, à élucider, à mieux comprendre. La question de départ servira de premier fil conducteur à la recherche. »¹

¹ Luc Van Campenhoudt, Quivy Raymond, Manuel de recherche en sciences sociales, 4e édition Dunod, Paris, p 35.

Donc l'objectif principal consiste à répondre à la question suivant :

Question principale :

- Quel usage fait-on les TIC au sien de l'entreprise algérienne ?

Question spécifiques :

- Est-ce que les cadres de l'entreprise utilisent ces TIC?
- Dans quels buts sont-ils utilisés ?

4- Les hypothèses de recherche :

L'hypothèse permet de canaliser les données recueillies sur le terrain pour conduire à bon chemin notre recherche et donne à celle-ci son importance dans le processus d'un travail efficace. « L'hypothèse joue un rôle important inestimable en science, c'est grâce à elle qu'on passe du versant abstrait au versant concret de la démarche. »¹.

Donc face aux interrogations que nous avons évoquées dans la problématique de recherche, nous avons suggéré les hypothèses suivantes :

- L'usage des technologies de l'information et de communication (TIC) au sein de l'entreprise est expliqué par le niveau d'appropriation par les cadres.
- L'usage des technologies de l'information et de communication (TIC) contribue aux changements organisationnels au sein de l'entreprise.

¹ ANGERS Maurice, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, édition, Casbah université d'Alger, 1997, p 107.

5- Définition des concepts :

Afin de faciliter la compréhension de l'ensemble des éléments présentés dans ce travail, il est important de définir les concepts clés qui le composent, Omar AKTOUF écrit : « ce sont les unités non décomposables (ou composées d'éléments simples précises et bien connus) sur lesquelles s'articule la théorie. Ce sont les termes qui ont un sens construit complet et univoque dans le cadre d'un champ scientifique ou d'une théorie donnée. »¹.

L'usage :

Le sens du concept « usage », il vient du latin « usus », et peut signifier pratique sociale que l'ancienneté ou la fréquence rend normal dans une culture donnée. Dans ce sens il est plus proche des termes comme « mœurs, us » et coutume, mode, habitude renvoie au comportement habituel dans certaines circonstances et des milieux.² En communication la notion d'« usage » renvoie à l'utilisation des moyens de communication qui peut prendre des formes très variées et qui sont à l'origine de la construction de la théorie des usages et fortification.

Technologie :

Le concept technologie désigne l'ensemble des techniques, méthodes et outils basés sur des mécanismes technologiques et qui sert à l'analyse et à l'étude des objets d'une façon automatique. Il s'agit de mettre en œuvre toutes les règles fondamentales pour la fabrication des produits. C'est la « combinaison de ressources, de connaissances et de techniques qui permet

¹AKTOUF Omar, Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations. Montréal : les presses de l'université du Québec, 1987, p 24.

²GRAWITZ Madeline, Lexique des sciences sociales, 7eme édition, Dalloz, P 424.

une organisation de créer un produit ou un service. La concurrence entre la structure et la technologie est un élément majeur de succès de l'organisation. »¹.

Information :

L'information n'est plus seulement un additif au savoir-faire de l'entreprise mais devient un élément de grande valeur et elle se définit comme « toute communication ou représentation d'un connaissance(ensemble de données, opinion, faits) transmise par n'importe quel média textuel, numérique graphique, narratif, sonore, cartographique ou audiovisuel »².

La communication :

- **Au sens étymologique :**

La communication vient du mot latin « communicar » qui veut dire mettre en commun une information, une idée.

- **Au sens économique :**

La communication « c'est l'ensemble des techniques et moyens lui servant à se présenter elle-même afin d'améliorer son image »³.

- **Au sens sociologique :**

« la communication est le mécanisme par lequel les relations existent et se développent »⁴.

¹SAADOUNE Melissa, Avec le temps, édition d'organisation, paris p 102.

² BAUMARD Philippe, BENVENUTI Jean-André, Compétitive et système d'information, Paris, 1998, P134.

³ NGOHANE P et autre, dictionnaire de gestion, édition, Armand colin, paris, 1996, P 43.

⁴NUGU YAN-THANH Pamelly, la communication : une stratégie au service de l'entreprise Economica, Paris, 1991, P 24.

Les TIC :

Peut ce défini comme : « l'ensemble des outils permettant d'accéder à l'information, sous toutes ses formes, de la manipuler, de la transmettre, en s'appuyant sur des technologies informatiques et de télécommunication »¹.

L'entreprise :

L'entreprise est une unité économique qui produit et vend des biens et services afin de réaliser ses objectifs. « Elle est une organisation relativement autonome, dotées de ressources humaines, matérielles et financières, en vue d'exercer une activité économique de façon stable et structurée »².

Cadre :

Le cadre est le salarié exerçant un poste de responsabilité dans l'entreprise ou dans la fonction publique. Il dispose généralement d'une formation supérieure, mais des salariés sans diplôme de l'enseignement supérieur peuvent accéder également à un emploi de cadre grâce à leurs capacités.³

Changement organisationnel :

Il existe un grand nombre de définitions du changement organisationnel. Nous en retiendrons cette définition qui explicite le mieux le changement organisationnel et qui correspond le mieux à ce que nous voulons étudier.

D'après Grouard et Meston, le changement organisationnel est le « processus de transformation radicale ou marginale des structures et des compétences qui ponctue le processus d'évolution des organisations »⁴.

¹ Bruno HENRI et Maurice IMBERT, *DRH : tirez parti des technologies*, Ed d'organisation, paris, Avril, 2002, P 02.

² MAHE Henri, LANDELLE Debois, *dictionnaire de gestion*, édition economica, Paris, 1998, p 308.

³ F.GORTNER, et autres, *La gestion des organisations publiques*, Presses Universitaires du Québec, 1993, p 44.

⁴ RIM ZID, *comprendre le changement organisationnel à travers émotions*, université de Québec à Montréal, octobre, 2006, P20 disponible sur <http://www.archipel.uqam.ca/3486/1/M9538.pdf>

L'appropriation :

La notion d'appropriation véhicule deux idées dominantes, d'une part, celle d'adaptation de quelque chose à un usage défini ou à une destination précise ; d'autre part, celle qui découle de la première, d'action visant à rendre quelque chose¹.

L'appropriation effective d'une technologie par un usager suppose la réunion nécessaire et suffisante de trois conditions :

- a. Une maîtrise cognitive et technique minimale de l'objet ou de dispositif technique.
- b. Une intégration sociale significative de l'usage de cette technologie dans la vie de l'usager.
- c. La possibilité qu'un geste de création soit rendu possible par la technologie, c'est à dire que l'usage de l'objet technique fasse émerger de la nouveauté dans la vie.

6- La démarche méthodologique :**6-1. La méthode**

Le choix de la méthode n'est pas spontané, il est déterminé par la nature de sujet et l'objectif qu'on tente à aboutir.

« La méthode est un ensemble organisé d'opération on vue d'attendre un objectif »²

Nous allons utiliser la méthode qualitative pour décrire, analyser, et interpréter les résultats ANGERS Maurice « affirme que lorsqu' on utilise cette

¹ La notion d'appropriation, in Dictionnaire de l'habitat et de logement, édition Armand Colin, <http://www.perlaserfaty.net/texte4.htm>.

² ANGERS Maurice, Op cit, p 58.

méthode, on a affaire à un nombre restreint d'interviewés dans le but de prélever des données »¹

7-Les techniques appliquées :

Dans notre recherche on a employées les techniques suivantes :

7-1. La pré-enquête

Cette première étape de l'enquête est un élément important pour chaque recherche et nous permet de mieux connaître le terrain d'investigation, afin de bien l'explorer telle que les différents départements et services de l'entreprise et avoir des information relative à notre thème d'étude . Cette dernière se définit comme « une démarche préparée qui s'inscrit dans un plan pré- établi et qui obéit à des règles relativement précise pour en faire se peut, aux exigences d'objectivité et de rigueurs de la méthode scientifique »²

De ce fait notre pré- enquête a été entamée le 30 mars 2014, durant les premier contacts avec cet organisme, nous avons essayé tout d'abord de nous familiariser avec quelques cadres afin de mener cette enquête dans les meilleures conditions et de nous permettre même de mieux l'explorer. Celle-ci nous a permis de préparer un guide entretien compose de 13 question,

Cette dernière nous a également permis de cerner la problématique , de dégager les hypothèses et aussi choisir la méthode et la technique de recherche .

7-2. L'observation :

Toutes les sciences ont orientées vers la vérification de ses suppositions dans la réalité et l'observation s'avère indispensable à toute recherche. A cet

¹ Angers Maurice, Op cit, p 60.

² LOUBERT DEL Bayle, LOUIS Jean, Institution aux méthodes des sciences sociales, Edition, l'Harmattan, paris, 2000, p 74.

effet on a utilisé cette technique dans l'investigation du terrain de recherche pour son efficacité dans la collecte des données.

A travers les différents facteurs observés comme la méthode de travail, les moyens par lesquels la communication entre les salariés de l'entreprise.

Dans le cadre de cette enquête on a suivi ces étapes d'observation :

D'abord il s'agit d'observer ; les formes d'existence de ces technologies de l'information et de la communication dans l'entreprise et les manières dont on fait usage de celle-ci.

Toutes ces observations nous ont permis de mieux connaître notre population d'étude, et de repérer les personnes directement exposées aux usages de ces TIC dans l'accomplissement de leurs tâches professionnelles, notamment qui se déclarent volontaire à participer à notre enquête.

7-3. L'entretien

Plusieurs techniques existent pour collecter des informations, dans cette recherche nous avons choisi l'entretien qui est considérée comme un procédé d'investigation scientifique, utilisant un processus de communication verbale, permettant d'être en contact direct avec l'interlocuteur. « Cette technique est utilisée en sciences sociales dans le but de recueillir des informations verbales, il met à face à face un enquêteur et un enquêté »¹.

On appelle entretien ou interview « un rapport oral, en tête à tête, entre deux personnes dont l'une transmet à l'autre des informations sur un sujet prédéterminé. C'est une discussion orientée, un procédé d'investigation utilisant

¹BOUDON Raymond, et autres, Dictionnaire de la sociologie, édition Larousse, Québec, 2005, p 86.

un processus de communication verbale, pour recueillir des informations en relation avec des objectifs fixés »¹

Toute recherche sociologique commence par une phase qualitative, donc les entretiens exploratoires doivent aider à constituer la problématique de la recherche. Il y a donc une complémentarité entre les deux. Ils permettent de trouver des pistes de réflexion, des idées et des hypothèses de travail. Mais en aucun cas ils permettent de vérifier des hypothèses préétablies.

7-4. L'entretien semi-directif :

L'entretien semi-directif, consiste une interaction animée de façon souple et très ouverte par le chercheur .celui-ci se laissera guider par le rythme et le contenu unique de l'échange dans le but d'aborder, sur un mode qui ressemble à celui de la conversation, grâce à cette interaction, une compréhension riche du phénomène à l'étude sera construite simultanément avec l'interviewé.²

Les entretiens semi-directifs sont menés sur base d'un guide d'entretien constitué de différentes questions préalablement élaborés en fonction des hypothèses. On a décidé de choisir cette technique pour réunir les informations qu'on cherche et les repenses aux questions de notre entretien.

Nous avons opté pour cette technique dans le but de comprendre profondément et de décrire la réalité d'usage des TIC au milieu professionnel et plus particulièrement chez les cadres de SARL Ramdy.

¹ AKTOUF Omar, Op cit, p 87.

² GAUTHIER Benoit, Recherche sociale, 4^{ème} édition, Presses, l'université du Québec, 2004, p 296.

8- Population d'étude :

8-1. L'échantillon

La SARL Ramdy est constituée d'un effectif de 288 dont 12 sont des cadres qui sont répartis dans des différentes structures de l'organisme. On a choisi d'entretenir cette catégorie à cause de leur niveau d'instruction où la plupart, des cadres sont des universitaires, ce qui nous facilite de réaliser nos entretiens dans de bonnes conditions.

La phase de la sélection des éléments de la population est constituer une étape importante, dans notre recherche on a été confronté à travailler avec un échantillon d'une population qui consiste à choisir les éléments à partir d'un groupe de personnes qui se sont portées volontaires pour l'étude dont il est question, par exemple dans un sondage d'opinion, ou encore une recherche pharmaceutique »¹. L'échantillonnage Par volontaire est celui des échantillonnages non probabilistes qui comprend le moins de contraintes dans la sélection des éléments.

9-Les difficultés rencontrées :

Parmi les obstacles qu'on a rencontrés dans la réalisation de cette recherche on évoque :

- Le manque de références antérieures relatives à notre spécialité surtout sur notre thème.
- La difficulté d'accéder au terrain à cause de l'absence de collaboration de l'université avec des entreprises.
- Difficulté de trouver le moment qui convient aux enquêtés à cause de leur préoccupation et de disponibilité de temps.

¹ <http://www.wikifisc.com/%C3%89chantillonnage-par-participation-volontaire.ashx> (26/05/2014 à 13H33)

- L'insuffisance des ouvrages sur notre thème de recherche dans la Bibliothèque de l'université.

Chapitre II

Cadre théorique

Section 01 : généralité sur la communication et l'information

1- La communication

1-1. Définition de la communication : pour M.H Westphalen « communiquer, c'est de bâtir un capitale confiance fondé sur la valeur de l'entreprise, sur sa compétence, et un capital sympathie permettant à l'entreprise d'être choisie, appréciée et défendue »¹

- **La communication interne :** c'est « la gestion du flux d'information à l'intérieur de l'entreprise l'enjeu pour l'entreprise est de canaliser, de les traiter de façon à les diriger vers leurs utilisateurs »².

- **La communication externe :** « elle doit tenir compte de comportement afin de s'adapter à leurs nouvelles exigences, un consommateur n'achète plus seulement un produit pour ses qualités, mais aussi pour l'image que l'entreprise représente.

1-2. Le rôle de la communication :

Les pratiques de communication on objet d'amélioration l'efficience du personnel .Si l'information est mise en relation des hommes avec les événements, la communication est la mise en relation des hommes entre eux afin de faciliter leur action collective.

Il est important de souligner ainsi que la communication a pour rôle principal de faciliter l'action collective des communications, et ceci à différents niveaux.

Dans un atelier ou dans un bureau, une bonne communication entre les différents acteurs améliore l'efficacité de la routine quotidienne et elle permet à la gestion fine et personnalisée.

¹ Marie-Hélène Westphalien «communication » édition Dunod, Paris, 2001, p 11.

² BRENN MANN Rodolf, SEPARAI Sabine Economie d'Entreprise, édition Dunod, Paris, 2001, p 197.

La bonne communication facilite plus encore les démarches créatives telles que la conception d'un produit, la réorganisation d'un service, l'implantation d'une nouvelle technologie¹.

1-3. Les avantages de la communication :

Les avantages de la communication résident surtout dans la contribution au règlement des problèmes. Ils sont développés comme suit :

- Prépare les salariés à des changements d'organisation
- Renforcer la considération et le respect mutuel
- Crée une identité d'entreprise, une culture commune
- Mobilisation des énergies de chacun
- Construire un esprit d'équipe et renforce la cohésion
- Prévenir les conflits collectifs
- Faire participer et adhérer le personnel au choix de l'entreprise
- Développer le sentiment de appartenance à communauté

1-4. La stratégie de la communication :

L'entreprise doit établir et suivre un plan d'action, qui exprimera une démarche méthodologique pour atteindre les objectifs qu'elle s'est fixés en terme de communication. Ce plan est appelé la stratégie de communication.

1-4-1. Définition de la stratégie de communication :

La stratégie de communication est l'ensemble des actions visant à mettre en adéquation les ressources et ses besoins futures. Elle consiste donc à décider d'une allocation de ressources (humaine, financières, technologique, industrielle) qui engage l'entreprise pour longue terme. Cette allocation de ressources pour objectif de donner à l'entreprise un avantage concurrentiel, décisif, durable et

¹GELINIER, O, Stratégie de l'entreprise et motivation des hommes. Homme et technique, Paris, 1984, p 23.

défendable. Il s'agit donc de déterminer de ce que il faut faire pour devancé ses concurrent et /ou pour maintenir son avance.

1-4-2. L'objectif de la stratégie de communication :

Une entreprise qui veut élaborer un stratège de communication doit d'abord définir clairement l'objet de cette stratégie. L'objet peut être l'entreprise elle-même, ses produits ou service, ses marques ou bien les trois objets réunis ¹

1-5. Les conditions d'une stratégie de communication :

Pour qu'elle soit acceptable par une entreprise, le stratège de communication doit répondre aux conditions suivantes :

- **Existence** : l'entreprise doit définir sa stratégie de communication est angles d'attaques auxquels elle aura recours, concurrence, fidélisation....
- **Clarté** : Une des fondamentales de la communication c'est que, plus de message émis est complexe, moins il a de chance d'être perçu, compris et retenu son destinataire. Le message émis doit être simple, contient un petit nombre d'information, d'idées ou d'arguments.

La communication doit être claire, simple, et facile à comprendre.

- **La continuité** : La stratégie de communication doit être déclinée dans le temps pour être performante.
- **La différenciation** : La stratégie de communication se juge sur la qualité de différenciation crée.
- **L'objet de vérité** : Cohérence avec la réalité du produit ou de service.
- **Cohérence globale** : Elle exprime harmonie qui doit régner entre les objectifs, les cibles, l'axe des messages, le choix des médias et le budget.
- **Acceptabilité interne** : L'adhésion du personnel est indispensable.²

¹ Claude DEMAURE, « Marketing », édition SIREY, Paris, 2001, p 232.

²DUBOIS Kotler, MANCEAU Keller, Marketing Management ,12édition, Pearson, Education, 2006, p 535.

1-6. Les circuits de la communication :

1-6-1. Le circuit hiérarchique :

La ligne hiérarchique véhicule naturellement et nécessairement des informations .son existence est une nécessité organisationnelle qui commande le bon fonctionnement et l'efficacité de l'entreprise. Ce circuit facilite l'adaptation du message au public et donc le dialogue et permet à l'émetteur que le l'information est bien passée et au récepteur de réagir. Les types d'informations véhiculées dans ce circuit sont de nature opérationnelle. L'inconvénient de ce circuit est parce qu'il y a un système de blocage et de dysfonctionnement et à la disponibilité inégale de la hiérarchie, à sa préparation inégale aux fonctions d'information et de communication mais aussi à des priori toujours vivaces¹.

1-6-2. Le circuit des instances représentatives :

Les instances représentatives ont une existence régie par la loi. Leur mission de représentation compte un volet important en matière de communication : droit de recevoir des informations de la part de la direction et le droit de transmettre des informations au personnel. Les types d'informations véhiculées dans ce circuit sont des informations juridiques initiées par le législateur. L'avantage de ce circuit il couvre un champ large d'informations qui va de la situation personnelle du salarié à la marche de l'entreprise.²

1-6-3. Le circuit de la communication interne :

Il est organisé par la direction de l'entreprise et destiné à toucher de large public interne : cadres, agents de productions, force de vente.au delà des distances hiérarchiques, fonctionnelles ou géographiques il s'agit d'irriguer le

¹ ALMEIDA Nicole, LIABERT Thierry, La communication de l'entreprise, 5^{ème} édition, Dunod, P 18.

²ALMEIDA Nicole, Op cit. p 23.

corps social de l'entreprise par un ensemble d'informations¹. Ce type est nécessaire pour les grandes entreprises, les types d'informations véhiculées dans ce circuit sont pédagogiques parce que les informations techniques doivent être présentées de manière claire et compréhensible par tous les salariés.

1-7. Les modèles de communication :

1-7-1. Modèle de Shannon et Weaver :

Ce modèle est positiviste car le raisonnement se fait dans une linéarité cause-effet « schéma unidirectionnel ». Parmi les premiers théoriciens, la communication se limite au transfert de l'information entre une source et une cible qui la reçoivent. Elle est présentée un système linéaire et mécanique sans ancrage social. On parle de télégraphique. La préoccupation essentielle de Shannon et Weaver était de régler le problème de transmission télégraphique : le signal devait arriver au niveau de la cible dans l'état le plus proche de ce qu'il était au niveau de la source, ce signal peut être affecté ou brouillé, voire réduite à la transmission d'une information.²

Source-message-(bruit)-codage-décodage-message-destinataire.

Ce schéma désigne un modèle de la simple communication qui est réduite à sa plus simple expression, on peut résumer ce modèle en : émetteur, grâce à un codage, envoie d'un message à un récepteur qui effectue le décodage dans un contexte perturbé de bruit.

Ce modèle a un avantage qui est de mettre en lumière les facteurs qui vont perturber la transmission de l'information mais il a aussi un inconvénient c'est que ce schéma simpliste qui ne peut pas s'appliquer à toutes les situations de la communication, il ignore la pluralité des récepteurs et laisse

¹ Ibid., P 24.

² COADIC de Yve François, La science de l'information, édition : Que sais-je, presse universitaire de FRANCE, P 127.

de cote les éléments psychologique et sociologique il a absence de boucles de rétroaction.

1-7-2. Modèle d'Harold D Lasswell :

Il fut l'un des s'intéresse à la communication de masse. Selon lui on peut décrire convenablement une action de communication en répondant aux questions suivantes¹ :

Qui ? : correspond à l'étude sociologique des milieux et organismes émetteur.

Dit quoi ? : Se rapporte au message, à l'analyse de contenu.

Par quel canal ? : désigne l'ensemble des technique qui un moment donne est pour une société déterminer à la fois l'information et la culture.

A qui ? : vise l'audience les publiques avec des analyse selon des variables (Sexe, Age).

Avec quel effet ? : suppose une analyse des problèmes d'influence du message sur l'auditoire.

Ce modèle conçoit la communication comme un processus d'influence et de percussion. Il s'agit de dépasser la simple problématique de transmission du message et d'envisager la communication comme un processus dynamique. Le processus de communication est limité à la dimension persuasive car la communication est perçue comme une relation autoritaire, il ya absence de toutes formes de rétroaction et le contexte sociologique et psychologique n'est pas pris en compte.

¹ COADIC de Yve François, Op cit, P 129.

2- L'information

2-1. L'information dans l'entreprise :

L'information dans l'entreprise est l'ensemble de la mise en forme et la diffusion des renseignements techniques, économiques et sociaux qu'il est nécessaire, utile ou opportun de porter à la connaissance de tous ou une partie du personnel pour permettre à chacun de mieux voir l'entreprise, de s'y mieux situer, d'améliorer son action et de l'aider à davantage prévoir l'avenir¹

A notre époque, l'information a pris une ampleur considérable, renforcée par les moyens puissants de diffusion : la presse, l'édition, la radio, le film. L'entreprise ne peut rester indifférente aux événements, du monde dont elle est un élément actif, elle doit suivre l'évolution de son économie, les mouvements politiques et sociaux, les progrès scientifique et technique, tout en maintenant en fonctionnement un réseau interne de transmission apte à aider l'exercice du commandement et la parfaite connaissance de la portée de chaque tâche.²Le chef doit informer les subordonnés des objectifs à atteindre «l'information descendante », il doit réciproquement être renseigné sur le travail accompli et s'informer de l'état d'esprit du groupe auquel il commande «information Ascendante ». En outre il doit recevoir, le plus rapidement possible et sans que ses subordonnés fassent écran autour de lui, les renseignements que les services ont pu recueillir sur l'extérieur sur : clients, fournisseurs, administration, conjoncture.

Si l'information est incomplète, ou mal présentée, il est à craindre que des échanges de communication peu contrôlables s'établissent entre voisins de travail et comportent des éléments erronés ou tendancieux préjudiciables à

¹ DURAND Anthony, DARTIGUES Stéphane et ROCHE Gaëtan, *la communication d'entreprise*, Université de Perpignan via Domitia Institut Jacques Maillot – Licence 2005/http://WWW.memoireonline.com/O6/07/497/m_la-communication-d-entreprise1.html.

² NGUYEN THANH Fannelly, *La communication, un stratégie au service de l'entreprise*, édition Economica, Paris, 1999,p 55.

L'activité et à une bonne intégration. Or une bonne information est difficile, elle doit à la fois être limitée aux transmissions nécessaires au but poursuivi et D'autre part, rester assez large afin de ne pas susciter l'inquiétude que peuvent éprouver des individus ou des groupes placés dans une atmosphère sentant le secret.

2-2. Les sources de l'information :

L'information peut être formelle ou informelle, on en tire deux sources :

- **Interne** : reprisant toute information qui est publié au sien de l'entreprise comme les comptes rendus de mission et les rapports, le journal interne de l'entreprise, les boites à idées etc.
- **Externe** : ou peut être formelle comme les études, colloques, brevet, ouvrages films industriels, catalogue de produits, rapports d'activités¹

2-3. Le rôle de l'information :

- L'information dans une entreprise permet de faciliter la prise de décision (diminue le risque et l'incertitude),
- Elle est considérée comme un instrument de liaison avec l'environnement (communication avec les clients, fournisseur.....).
- Elle est aussi un facteur de motivation des salaries et même un facteur d'efficacité avec le quotidien de l'entreprise (traitement de commandes par exemple).²

2-4. Les qualités de l'information

La qualité de l'information se définit généralement par 5 critères :

- **La pertinence** : l'information est pertinente lorsqu'elle constitue un facteur de choix, améliore la qualité des décisions, pose un problème nouveau, ouvre des opportunités.

¹ AUDIGIER Guy, DECAUDIN Jean Marc, communication et publicité, édition, Dunod, Paris, 1992, P 19.

² Liliane et autres, communication des entreprise stratégies et pratiques 2eme édition, Armond collin, , paris, 2006 ,P 95.

- **La fiabilité** : pour fonder une décision correcte, il faut que l'information soit fiable, c'est à dire conforme à la réalité (leçon d'objectivité).
- **La disponibilité** : l'information est une denrée périssable. La valeur de l'information pour l'entreprise, dépend donc beaucoup des délais de collecte, de transmission et de traitement des données. Une information trop tardive n'a pas de valeur et entraîne des coûts plus moins importants.
- **La confidentialité** : la valeur de l'information, comme celle de tous les biens, dépend de sa rareté. Si un concurrent obtient des informations détenues par une entreprise (fichier clients), celles-ci perdent une grande partie de leur valeur. Par ailleurs des règles déontologiques imposent de ne pas divulguer certaines informations à des tiers (domaine médical par exemple).
- **La valeur** : l'information pourra être valorisée en fonction de son contenu (volume d'informations que contient un message), son degré de synthèse, son degré de précision (qualité)... L'acquisition de l'information n'a d'intérêt que dans la mesure où sa valeur est supérieure à son coût (coûts engagés pour acquérir l'information). ¹

¹ DIEMER Arnaud, *économie d'entreprises*, Définition et analyse des entreprises, P 15.

Section 02: généralité sur les TIC

1- L'histoire des TIC :

En date du 24 mai 1844 que Samuel MORSE envoyait pour la première fois dans l'histoire, le premier message public sur une ligne télégraphique reliant les villes de WASHINGTON à BALTIMORE aux Etats-Unis d'AMERIQUE, et de ce simple fait, il signait « l'entrée de l'humanité dans l'ère des télécommunication », en date du 17 mai 1865. La première convention internationale en la matière a été adoptée et signée à Paris par une vingtaine des membres fondateurs. Un monde sans frontière est né dans la circulation de l'information et radiocommunication¹.

Les nouvelles interventions telles que le téléphone en 1876 et le télégraphe sans fil vingt ans plus tard en 1896 ont accru le secteur à l'échelle internationale.

En Allemagne a donné lieu en 1906 à la signature à Berlin de la première convention radiotélégraphie internationale visant à mettre de l'ordre par l'attribution des bandes de fréquences uniques pour chaque membre de l'union assortie de l'obligation de s'y tenir et de s'y conformer pour tout le monde².

Depuis la fin des années 1980, les technologies de l'information et de la communication, en particulier l'internet, ont fait leur entrée sur le continent africain. Les administrations sont progressivement reliées par l'internet.

Les premiers pays à se connecter à l'internet furent l'Afrique du Sud, la Tunisie, l'Algérie, le Sénégal. La connexion à l'internet fut réalisée pour la première fois en République sud-africaine. En Afrique du nord, la Tunisie, l'Algérie et l'Égypte, ont accès à l'internet (courrier électronique) et la Tunisie

¹ DOTIER Jean François, Dictionnaire des Sciences Humaines, Edition, 2004, p 388.

² Ibid , p 390.

est vraisemblablement le premier pays africain à disposer d'un accès complet à l'internet¹.

L'histoire des TIC en Algérie, a commencé au lendemain de l'indépendance, avec la création du Commissariat national à l'informatique (CNI), un des premiers organismes dédiés aux technologies dans le continent et la région MENA et qui s'est lancé dans un audacieux projet pour la fabrication de 1.000 ordinateurs. La décennie 1980 a vu la naissance des premières sociétés publiques et privées spécialisées en services informatiques, à l'image de la prestigieuse Ecole nationale des services informatiques (ENSI). Certaines activent encore sur le marché tandis que d'autres ont tout simplement disparu. La décennie 1990 a vu la restructuration de l'ENSI en société autonome de prestations de services et d'ingénierie en informatique, chargée d'accompagner l'informatisation des institutions publiques. Cette période a toutefois coïncidé avec les premiers départs des cadres algériens en informatique à l'étranger, fuyant la violence pour des cieux plus cléments.

L'avènement des années 2000 devait sonner le « réveil » technologique algérien, avec comme première mesure la création de l'Autorité de régulation de la poste et des Télécommunications (Arpt). Cette période a vu l'ouverture du secteur des télécoms aux investisseurs étrangers, en particulier la téléphonie mobile, dont le taux de pénétration atteint aujourd'hui 98%. Cette période a également vu la création de plus d'une centaine d'ISP (fournisseurs d'accès à Internet) et plus de 8000 cybercafés. L'absence de volonté politique en Algérie a freiné cette dynamique de développement des TIC. L'Algérie, selon Kahlane « a fait un pas en avant et deux pas en arrière » à tel point que les retards accumulés ont fait que l'Algérie « ne bénéficie pas ou très peu de tout ce que les TIC offrent comme moyen de développement ». Une situation qui a placé le pays au

¹LOHENTO Ken, Usage des NTIC et Médiation des savoir en Milieu Rural Africain, édition, 2003, P 19.

plus bas du tableau du classement mondial en matière d'accès et de qualité de services internet.

2- La nature des TIC :

Une technologie c'est d'abord un ensemble d'équipement, d'outils, une infrastructure mise en place pour permettre aux individus d'accomplir leur tâche. Mais cet ensemble est construit et organisé selon une certaine finalité, une certaine logique qui va en pratique, supporter et contraindre les actions des individus dans l'organisation

3- Les avantages et inconvénients des TIC :¹

3-1. Avantages :

- la rapidité pour les échanges des messages et l'accès à des différentes données.
- Elles permettent le gain de temps et de cout, la diversité des informations.
- La découverte de multiples sites et aussi la communication à temps réel et à temps voulu.

3-2. Inconvénients :

- Le manque de confidentialité vis-à-vis des données échangées.
- Le piratage des données « accès à a des données confidentielles dans les banques ».
- L'endommagement des données sauvegardées en cas de virus.

4- Les caractéristiques spécifiques des TIC : ²

Elles sont la base de leur potentiel d'impact dans l'organisation : elles sont quatre types :

- **Compression du temps :** rapidité des opérations de traitement de l'information par l'automatisation.

¹ Bernard LAMIZET et Ahmed SILEM, Dictionnaire encyclopédique des Sciences de l'information et de la communication, Ed Ellipses, Paris, 1997, p, 120.

² Abdelkader RACHDI, l'impact des TIC sur les entreprises, Magister 2006, Université Saida.

- **Compression de l'espace** : multiplicité des réseaux de communication avec diminution drastique des coûts de l'échange distant.
- **Augmentation exponentielle du volume de l'information stockée et traitée** : capacité de mémorisation accrue.
- **Flexibilité potentielle d'usage inhérente à l'usage de programmes enregistrés** : la séparation du matériel et du logiciel permet d'offrir de larges gammes de fonctionnalités et de les faire évoluer.

5- Les effets des TIC :

Les technologies numériques permettent aux entreprises d'être plus compétitives en les transformant sur plusieurs axes : accroissement de la taille de leurs marchés, enrichissement et diversification des contenus, et amélioration de l'interconnexion avec les clients, partenaires et fournisseurs. De plus, ces technologies permettent aux entreprises de modifier la manière dont elles gèrent l'espace, le temps et la matérialité des produits ou services.

En ce qui concerne les types d'effets, l'intensité d'utilisation des TIC mesurée semble surtout associée à la diversité des contenus et à l'offre 24/7 (temps).¹

6- Les filières des TIC : ²

Selon l'agence TIC Bourgogne a établi une classification de la filière TIC qui se compose de 07 segments qui sont les suivants.

- **Informatique** : il regroupe notamment les prestataires de services informatiques ainsi que les activités liées aux logiciels, à la sécurité informatique, à l'infogérance...
- **Télécommunications** : Ce segment s'intéresse aussi bien aux opérateurs de services, fournisseurs d'accès qu'aux prestataires de l'exploitation de serveurs.

¹Beaudoin Josée, Bourge Claire, et autre, Indice de l'innovation par les TIC, Québec, Mars, 2013, P 11.

² CRCI Bourgogne, La filière des Nouvelles Technologie de l'information et de la communication (NTIC) en Bourgogne, Enquête TIC, France, octobre, 2008, p05. Disponible sur : [www .industrie-bourgogne. Fr](http://www.industrie-bourgogne.fr) consulte le 28-o4-2014 à 13h.

- **E-marketing** : conception de système de vente en ligne : Il prend en compte les activités de commerce électronique et des centres d'appels.
- **Multimédia** : Sont regroupées dans ce secteur les activités de création de contenus, d'édition mais aussi les secteurs de l'e-communication, de l'image et du son.
- **Matériels pour les TIC** : On retrouve dans ce segment essentiellement des activités de fabrication de matériel informatiques, de périphériques, de support de stockage, d'équipements électroniques et de communication.
- **Ingénierie des savoirs et de la connaissance** : Ce segment concerne le E-Learning et la gestion électronique des documents.
- **Imagerie, technologies de visualisation et de control** : Dans ce dernier segment, sont concernées les activités d'imagerie médicale, de télésurveillance ou encore de modélisation.

7- Types et outils des TIC :

L'intranet :

L'intranet vient de la juxtaposition de deux termes ; inter qui rappelle l'aspect fédérateur de cet ensemble de réseaux et net ; l'abréviation network qui signifie réseau en anglais.

Un intranet est un réseau informatique local utilise uniquement à l'intérieur d'une entreprise ou d'une organisation quelconque. Ce réseau local utilise les mêmes technologies de communication qu'internet.

Un intranet est par définition interne à l'entreprise, que seules les personnes autorisées ont accès aux données. Toutefois, la plupart des intranet sont également créés afin d'être accessibles depuis n'importe où dans le monde, à condition d'avoir accès à un poste de travail connecté à Internet et de posséder les identifiants et mots de passe nécessaires¹.

¹ LAMIZET Bernard et SILEM Ahmed, Op cit, P 199.

L'intranet est donc réponse professionnelle de l'entreprise au monde de l'internet qui a su prouver que l'ensemble de sa technologie en plus de son faible cout, était faible et parfaitement adaptable aux besoins de l'entreprise.

L'Extranet :

Le terme extranet désigne un réseau internet dont l'accès est autorisé à un public extérieur restreint (clients fournisseurs, partenaires), constituant un réseau fermé.

En réalité l'extranet n'existe dans l'entreprise mais il y a une liaison entre la poste et la société dont on utilise un mot de passe pour entrer dans le réseau de la poste a fin de consulter le compte de la société de transmettre les données au service finances et comptabilité¹.

L'extranet permet donc de s'approprier les outils d'internet tout en développant une infrastructure propre à l'entreprise et en contrôlant les problèmes de sécurité. Mais l'intranet reste tourné vers l'entreprise et ne permet pas de s'ouvrir vers ses partenaires extérieures.

L'internet :

Représente le réseau de communication le plus utilisé , « il est de fait le réseau des réseaux parce qu'il est formé de plusieurs réseaux locaux .Les services de l'internet sont constitués par un messagerie électronique, des forums de discussions, le web , la transmission de textes et images donnant lieu à des applications interactives et de commerce électronique .Ce réseau accessible à partir d'une prise téléphonique est devenu un véhicule pour certaines formes de travail de groupe en même temps qu'un réservoir gigantesque d'information de toute indispensable pour les entreprises dans l'analyse de leur environnement »².

¹ DEMONT- LUGOL Liliane, et autre, Communication des entreprises, stratégies et pratiques, 2ème édition, Armand colin, Paris, 2006, P 23.

² Revue PERSONNELN° 437, sous la direction de Patrick BEZIER, Que reste-il-des NTIC ? Édition ANDCP, Février, 2003, p43-44.

L'internet est un réseau global d'ordinateurs permet de se communiquer les uns avec les autres, il permet aussi aux entrepreneurs d'accéder à beaucoup d'information concernant les concurrents, le marché de commercialisation et surtout donne la possibilité aux personnels de l'entreprise que ce soit les cadres ou les exécutants d'avoir l'accès à des informations concernant les produits qu'ils réalisent pour apporter des idées pensées à la fabrication des autres produits qui sont plus demandés par les acheteurs et aussi offrir d'autres services qui vont aider l'entreprise à avoir une bonne réputation .

Le Groupware :

- **Group** : désigne un processus international de travail en groupe.
- **Ware** : désigne un processus intégrant les outils logiciels.

Selon Jean-Claude Courbon, le « le groupware est l'ensemble des technologies et des méthodes de travail associées qui, par l'intermédiaire de la communication électronique, permettent le partage de l'information sur un support numérique à un groupe engagé dans un travail collaboratif et/ou coopératif »¹.

Le groupware est une application informatique permet à des personnes physiquement éloignées ou n'ayant pas de place de présence commune, de travailler de façon coopérative sur le même document. Il offre ainsi une meilleure complémentarité à la messagerie électronique .c'est aussi un logiciel qui permet à un ensemble de personnes de travailler en groupe .Ce genre de logiciel utilise tout type de réseau public ou privé et bien entendu Internet, Intranet et Extranet.

Le workflow :

C'est un ensemble de dispositifs techniques et logiciel permettant la diffusion, l'administration et l'exécution d'un flux d'information au sein du groupe de travail, le workflow assure l'automatisation des processus de circulation des documents mettant en jeu plusieurs acteurs dans une

¹ <http://www.techno-science.net/?onglet=glossaire&définition=269>, consulté le 08/03/2014 à 11.

organisation. Ce type de logiciel s'appuie sur les technologies de l'information et de communication.

E-Formation :

L'appellation (formation ouverte et à distance), qui servait jusque récemment à marquer la modernité et les visées innovantes d'une action éducative en situation (non présentielle), est en voie d'être supplantée par E-formation¹.

Signalant le recours -plus ou moins effectif - au réseau Internet. Il n'est désormais plus question, dans les grandes rencontres nationales et internationales qui rassemblent les promoteurs et les décideurs en matière de nouvelles technologies éducatives.

Microsoft Outlook :

Microsoft Outlook est un gestionnaire d'informations personnelles et un client de courrier électronique propriétaire édité par Microsoft. Il fait partie de la suite bureautique Microsoft office. Cet outil est application de courrier électronique qui propose une organisation efficace des tâches et de contacts, il propose une fonction de multi-utilisation pour l'organisation comme le partage de boîtes de courrier et la gestion de l'emploi du temps. Cet outil de gestion permet la facilité de communication et la bonne circulation de l'information dont l'objectif principale est la facilité de l'utilisation de courrier électronique par le personnel d'une organisation².

E-mail (courrier électronique) :

La messagerie permet d'envoyer toute sorte de messages directement à son interlocuteur et contourne les problèmes d'absence ou de ligne occupée. On peut, de plus, envoyer le message à plusieurs personnes très facilement.

¹GLIKMAN Viviane, *La E-Formation entre globalisation des produits et pluralité des services*, Colloque Bouges-Globalisme et pluralisme, Montréal, avril, 2002, P 02.

²WESTPHALEN Marie-Hélène, Op cit, p 233.

La messagerie offre tous les avantages de l'écrit sur l'oral. Le temps de l'écriture favorise la réflexion et la précision dans les questions ou les réponses. La pression temporelle est amoindrie et permet paradoxalement d'accroître la réactivité en améliorant la pertinence des réponses.

Le commerce électronique n'est ni une technologie ni un outil isolé. Il résulte d'une combinaison de technologies, d'applications, de stratégies, d'organisations et de processus. Il ne peut être mis en œuvre par une seule entreprise fonctionnant isolément. Il exige de nombreux participants. En résumé, le commerce en ligne est affaire de liaisons.¹

Les réseaux sociaux :

Ce terme désigne un site Internet permettant à l'internaute de s'inscrire et d'y créer une carte d'identité virtuelle appelée le plus souvent profil. Le réseau est dit social en ce qu'il permet d'échanger avec les autres membres inscrits sur le même réseau : des messages publics ou privés, des liens hypertexte, des vidéos, des photos, des jeux.

Il existe des sites (applications) Internet aidant à un cercle d'amis, à trouver des partenaires commerciaux, un emploi ou identifier des personnes ayant des intérêts communs. Ces sites sont regroupés sous l'appellation réseaux sociaux sur Internet².

Ces dernier temps, nous trouvons plusieurs types de réseaux sociaux tels que Facebook, Badoo, les forums de discussions, les Blogs, linkedin, viadeo, etc.

¹DEMONT- LUGOL Liliane, et autre, Op cit., p144.

² Laurent COLLEE, Sécurité et vie privée sur les réseaux sociaux, Mémoire de Master en gestion de la sécurité des systèmes d'information, Université du LUXEMBOURG, France, 2009, p12.

Ces derniers permettent d'établir des conversations à temps réelles et même avec des vidéos ou nous pouvons voir la personne que nous voulons parler et ce genre de conversations sont toujours gratuites.

Le téléphone mobile :

Le téléphone mobile est un appareil autorisant l'émission et la réception de communication téléphonique par ondes. L'énergie qui lui permet de fonctionner est fournie par une batterie rechargeable sur secteur. Les communications par ondes radio, partant du téléphone vers un ordinateur. Qui dirige les ondes vers le numéro appelé.

Le téléphone mobile est « également appelé téléphone portable, mobile, cellulaire et GSM en Belgique permet de communiquer par téléphone sans être relié par câble à une centrale. Les sons transmis par des ondes électromagnétiques dans un réseau spécifique »¹.

¹ <http://www.danger-sante.org/defintion-de-téléphone-portable/>

Section 03 : Appropriation des TIC et le changement organisationnel

1- Appropriation et usage des TIC :

1-1. De la notion d'usage au principe d'appropriation :

Quand on évoque la problématique des modalités d'appropriation de la technologie, l'on ne peut pas évoquer celle relative à l'usage et la sociologie de l'usage. Le terme usage est le plus souvent utilisé pour celui d'emploi, d'utilisation, de pratique, ou encore d'appropriation.

L'ambiguïté qui entoure la notion d'usage tient également au fait qu'elle est utilisée à la fois pour « repérer, décrire, et d'analyser des comportements et des représentations relatifs à un ensemble flou : les TIC en particulier » et les technologies en général¹.

Pourtant une première distinction entre les notions d'usage et de pratique pourrait être établie dans les termes suivant : « l'usage est plus restrictif et renvoie à la simple utilisation , tandis que la pratique est une notion plus élaborée qui recouvre non seulement l'emploi des techniques mais aussi les comportements, les attitudes et les représentations des individus qui se rapportent directement ou indirectement à l'outil ».²

Si les notions d'usages et de pratiques semblent , malgré cela, prêter le flanc à l'ambiguïté , certains auteurs proposent une distinction relativement large mais plus précise : « les usages sociaux sont des modes d'utilisations se manifestent avec suffisamment de récurrence et sous la forme des habitudes suffisamment intégrées dans la quotidienneté pour s'insérer et s'imposer dans l'éventail des pratiques culturelles préexistantes, se reproduire et éventuellement

¹CHAMBAT Pierre, NTIC et représentation des usagers, In Vitalis.A(Ss la Dir), « Médiat et nouvelle technologies... », p 11.

² JOUET Josiane, Usage et pratiques des nouveaux outils de communication, In Dictionnaire de la critique de la communication, Ed. PUF, Paris, 1993.

résister en tant que pratique spécifiques à d'autres pratiques concurrentes ou connexes ». ¹

On est donc ici en présence de trois modes d'appréhension des objets techniques qui sous entendent trois conceptions différentes de la notion d'usage : d'abord, les objets envisagés comme « outil » et qui conduisent à une conception de l'usage comme une utilisation plus ou moins fonctionnelle et performante. Ensuite, les objets perçus comme des « signes sociaux » et qui définissent l'usage comme l'expression plus ou moins distinctive du statut social. Enfin, la substitution de la notion d'usage d'objet par celle de « dispositif » témoigne d'une conception de l'usage comme l'assujettissement plus ou moins accentué à des normes sociales. ²

En effet, au-delà de la simple connectivité, c'est aussi toute la problématique des rapports entre sphère privée et sphère publique qui est posée.

Si les technologies l'information et de communication ont contribué au bouleversement des rapports entre les sphères publique et privée, elles ont aussi contribué à l'émergence nouvelles formes de rapport au temps et à l'espace, l'utilisation des ordinateurs à domicile gomme les frontières entre le temps du travail et de loisirs, et l'accès à de l'information du domaine public est rendu possible le domaine privé. ³

Parallèlement à cela l'on assiste à un développement du travail dit autonome, à la tâche, avec l'utilisation des ordinateurs à domicile connecté à des réseaux informatiques, les technologies mobiles ou portables, de même que les technologies accessibles à distance (boite vocale, répondeur téléphonique,

¹ MALIEN Philippe, Yve TOUSSAINT, *l'intégration sociale des TIC : une sociologie des usages*, Revue, Technologie de l'information et société, n°6, 1994.

² CHAMBAT Pierre, Op cit, p 333.

³ FLICHY Patrick, *l'innovation technique. Récents développement en science sociales*.

courrier électronique) ne font qu'amplifier ce phénomène de brouillage entre dites sphères.

1-2. L'approche sociotechnique :

Toutefois, l'étude des usages des TIC doit comme l'a constaté RIFFEL dans son livre sociologie des médias « se situer l'articulation, de la logique sociale et la logique technique » car poursuit l'auteur, l'usage est un construit social résultant d'une interaction entre une dimension technique et la dimension social. Josiane Jouët note dans ce sens que « les pratiques de communications s'élaborent. Autour d'une double médiation. Cette dernière est à la fois technique car l'outil utilisé structure la pratique, mais la médiation est aussi sociale car les mobiles, les formes d'usage et le sens accordé à la pratique se ressource dans le corps social »¹. Par conséquent, toute étude sur les TIC doit prendre en compte aussi bien la dimension technique et la dimension sociale.

Pour Patrick FLICHY, il distingue deux composantes de l'objet technique à savoir le fonctionnement de l'usage. Le cadre de fonctionnement renvoie aux fonctionnalités de l'objet et à l'usage technique. Le cadre qui réfère à l'usage social est celui de l'activité effective de l'utilisateur. Il propose la notion de cadre sociotechnique que Madeline AKRICH désigne en termes de système sociotechnique, alliage du cadre de fonctionnement et du cadre d'usage, pour montrer que le rapport usager et TIC s'établit sur les bases de savoirs, de savoir-faire, de représentations, qui structure les interactions que tout individu développe avec les objets techniques et avec les autres personnes et organise ses actions, ses doutes, ses représentations.²

Dans cette même logique, RIFFEL affirme que les usages sont d'une certaine manière « déjà inscrit des instruments eux même, incorporés en eux,

¹ RIEFFEL Rémy, *Sociologie des médias*, édition Ellipses, Paris, 2001, P 149-176.

² FLICHY Patrick, *Op cit*, p 343.

mais également dépendants de la créativité dont font preuve les usagers dans leurs vie quotidienne »¹. La technique et le social sont étroitement liés. Les objets techniques, en tant qu'acteur non humain sont en relation avec les acteurs dans le processus d'innovation.

1-3. L'approche de l'appropriation :

L'approche de l'appropriation est d'une manière, née en réaction aux limites de l'approche de la diffusion. Cette approche, bien qu'elle utilise parfois les méthodes sociologiques quantitatives, privilégie des méthodes qualitatives notamment l'observation participante, les interviews en profondeur, les récits de vie.

Les études qui s'inscrivent dans cette approche, bien que portant sur des intérêts et des questions de recherche divers, cherchent à démontrer la construction sociale de l'utilisateur en montrant que l'objet technique s'insère dans des cadres, un environnement spécifique, et que par ailleurs, les significations qu'il revêt les usagers sont indissociables de ces cadres. C'est l'analyse de ces significations, non détachables de ces cadres, permet de comprendre la disparité des usages ainsi que des usagers. En ce sens « les différences de taux d'équipements ou de fréquences d'usages ne sont ici que le révélateur des disparités de signification que revêtent les pratiques concernés pour les différents groupes sociaux »². En d'autres termes, ce sont les significations d'usage qui permettent de comprendre les usages différenciés d'une technique selon les groupes sociaux.

Ainsi l'adoption ou non d'une technique, son intégration sociale, dépend de ces significations d'usages qui renvoient aux « représentations et aux valeurs

¹ RIEFFEL, Remy, Op cit, P 151.

² CHAMBAT Pierre, Op.cit., P 249.

qui s'investissent dans l'usage d'une technique ou d'un objet ». Ici l'utilisateur n'est plus considéré comme passif (approche de la diffusion) mais comme actif.

Dans leur article intitulé « l'intégration sociale des TIC : une sociologie des usages, Philippe et Yve TOUSSAINT montrent que c'est l'utilité d'une technique pour l'utilisateur potentiel qui précède son usage. Pour qu'une personne adopte une technique, ce dernier doit :

- Avoir du sens pour elle et que son utilisation soit perçue comme positive ; être utile dans ses activités quotidiennes.
- Être facilement utilisable et que son usage soit simple à comprendre.
- Présenter une valeur ajoutée réelle. Ainsi « l'insertion sociale d'une NTIC, son intégration à la quotidienneté des usagers, dépendaient moins de ses qualités techniques « intrinsèques », de ses performances et de sa sophistication, que des significations d'usage projetées et construites par les usagers sur le dispositif technique qui leur était proposé ».

1-4. Les modes d'appropriation des TIC :

L'un des angles d'études des usages des TIC, consiste à analyser le processus d'appropriation des objets techniques c'est-à-dire la manière dont chacun de nous construit sa relation avec l'outil de communication dans la sphère domestique ou dans la sphère professionnelle, la plupart des travaux menés dans ce domaine rompent avec ce modèle de l'utilisateur comme simple consommateur passif et envisagent l'acte d'appropriation comme une forme de construction personnalisée de l'usage. On distingue généralement trois dimensions dans l'appropriation des TIC¹ :

- La dimension subjective met l'accent sur l'appropriation comme « acte de se constituer un soi », les significations subjectives que revêt l'usage d'un

¹RIEFFEL Remy, Op cit, p153.

objet technique pour chaque individu, les modes d'emploi qu'il imagine, l'autonomie plus ou moins grande qu'il déploie. Il va sans dire que cette dimension subjective n'est jamais coupé de l'environnement dans lequel l'utilisateur qu'il évolue et qu'elle comporte qu'on le veuille ou non, une part de dimension collective. L'exemple de l'utilisateur du téléphone portatif permet de saisir les spécificités de ce processus.

- la dimension cognitive de l'appropriation met en jeu, de son côté, des modalités très particulières d'acquisition des savoirs (découverte des fonctionnalités de l'outil) de savoir-faire (apprentissage opératoire) on assiste en vérité, à de multiples micro-adaptation en fonction de chaque utilisateur qui attestent de l'importance des ressources cognitives propres à chacun.¹

- la dimension identitaire lié à des significations : constitution de l'identité chez les adolescents ; jeux de représentations et des mises en scène de soi chez certains adultes ; accomplissement professionnel à travers l'usage des TIC.

Identité personnelle et sociale sont fortement impliquées : elles suggèrent que les outils de communication sont simultanément sources de construction de soi et de marquage social. Plusieurs illustrations de ces dimensions de l'identité peuvent être données : on retiendra ici l'exemple des messageries, celui de la création de pages personnelles sur le web, et celui des usages différenciés des TIC selon le sexe.²

¹ RIEFFEL Remy, Op cit, P 154.

² Ibid., P 155.

2- Les TIC et le changement organisationnel :

Le changement organisationnel est toute modification relativement durable dans un sous-système de l'organisation, pourvu que cette modification soit observable par ses membres ou les gens qui sont en relation avec ce système.

2-1. Les technologies comme outils de changement organisationnel :

La conduite d'un changement organisationnel est une tâche particulièrement difficile. Non seulement on peut être confronté à de multiples sources de résistance, collectives ou individuelles, fondées sur des intérêts rationnels ou des réactions émotionnelles, mais une fois le changement accompli, il y a toujours des risques de retour en arrière. La technologie est parfois perçue comme un moyen susceptible d'aider à surmonter ces deux écueils, mais il ne faut pas la considérer comme un « outil miracle » qui permettrait de se passer d'une méthode de conduite du changement adaptée¹.

2-2. La technologie comme vecteur de changement :

Pendant longtemps, les technologies et en particulier les logiciels ont reflété l'organisation des entreprises. Chaque département disposait de ses propres outils. Les années quatre-vingt-dix ont toutefois vu émerger une nouvelle catégorie d'outils logiciels dont la vocation était justement la transversalité. Il s'agit la plupart du temps de faire fonctionner les logiciels sur la base des processus ou flux de travail «workflow» traversant idéalement plusieurs départements, voire dans certains cas, comme les logiciels de logistique intégrée, les frontières de l'entreprise. Les logiciels intégrateurs les plus répandus dans les entreprises aujourd'hui sont les progiciels de gestion

¹ CORBEL Pascal, Technologie, innovation, stratégie, de l'innovation technologique à l'innovation stratégique, éditions Lextenso, Université Gualino, 2000, P 242.

Intégrés. Ces derniers ont pour vocation d'unifier les différentes bases d'informations de l'entreprise de manière à rendre les flux d'informations parfaitement fluides tout en maîtrisant mieux ses processus.¹

Dans ces conditions, on comprend qu'il est tentant de s'appuyer sur ces technologies pour instituer des changements visant justement à mettre plus de Transversalité dans les échanges entre départements, voire à remettre en cause les frontières de ces derniers. L'outil informatique devient alors le vecteur principal d'une reconfiguration des processus. Il a potentiellement plusieurs avantages :

- Il oblige à expliciter les processus pour paramétrer le logiciel. Cela fournit une opportunité de réflexion sur la pertinence de ces derniers, parfois appuyée par Les cabinets de conseil chargés d'accompagner la mise en œuvre du logiciel.
- Il peut servir d'appui à l'argumentation sur la nécessité du changement : Une fois la décision prise de passer au nouvel outil, la réorganisation devient Indispensable.
- Il peut servir à imposer le changement : les procédures de validation et la traçabilité des opérations offertes par ces outils permettent d'augmenter le contrôle sur les personnes qui seraient tentées de ne pas accepter la nouvelle organisation.
- Pour les mêmes raisons, il peut empêcher un retour aux anciennes pratiques, Suffisamment en profondeur.

¹Ibid.p244

2-3. La technologie ne remplace pas un processus de changement bien mené :

En donnant l'impression de résoudre directement plusieurs des problèmes délicats liés à la mise en œuvre de changements organisationnels, l'outil technologique (souvent informatique) peut conduire à négliger les autres aspects de la conduite du changement. Cette dernière est en effet un art compliqué, sur lequel il existe certes de nombreux travaux, mais pas de recettes simples valables quel que soit le contexte. Julia Balogun et ses co-auteurs nous le rappellent¹ : « Mais le processus de changement tend à devenir si rapide et constant qu'il rend obsolètes toutes les soi-disant recettes universelles de gestion du changement. En réalité, aujourd'hui et encore plus demain, ce qui est important ce ne sont pas les meilleures pratiques, exemples ou références trouvées à l'extérieur, mais les meilleures questions que le réformateur aura la sagesse et le courage de se poser ». Dès lors, il est tentant de se replier sur les apparentes certitudes associées à l'outil technologique.

Or, si l'outil peut effectivement venir en appui de la démarche, il ne remplacera pas un processus de changement bien mené. L'utilisation de l'outil accentue en effet la dimension subie, voire coercitive du changement : « on ne peut pas faire autrement, c'est le logiciel qui veut ça ». Cela peut effectivement aider à mettre en place le changement rapidement mais pas à convaincre chacun de sa pertinence. Le risque est alors un manque de motivation aboutissant au mieux à une utilisation routinière de l'outil, au pire à des réactions de rejet.

Donc, non seulement les outils technologiques ne remplacent pas un processus de conduite du changement bien mené mais leur mise en œuvre amène au contraire le même type de problèmes, dont la gestion s'avère tout aussi complexe : comme tout changement, le processus de mise en œuvre d'une

¹BALOGUN J, HOPE HAILY V, VIADROT E, *Stratégie du changement*, Pearson Education, 2005, P 213.

nouvelle technologie dans une organisation doit faire l'objet d'une attention particulière.¹

2-4. La technologie au cœur des systèmes organisationnels :

Dans les années cinquante, une sociologue britannique, Joan Woodward, a mené une enquête auprès d'une centaine d'entreprises industrielles anglaises¹, centrée sur leur organisation et leur structure. Son enquête lui a permis de détecter des différences importantes dans ce domaine qu'elle a expliqué principalement par la complexité des technologies employées. À partir d'une échelle à l'origine plus fine de systèmes techniques de production, elle va aboutir à trois grands types de systèmes² :

- **ateliers de fabrication à l'unité ou en petites série** : on y utilise des technologies relativement rudimentaires mais polyvalentes. Cette dernière caractéristique se retrouve chez les opérateurs qui ont un bon niveau de qualification et sont peu spécialisés. Ces systèmes ont pour eux une forte flexibilité.

- **systèmes de production de masse** : les technologies utilisées y sont nettement plus sophistiquées. Les machines sont beaucoup plus spécialisées et les opérateurs, pour la plupart peu qualifiés, aussi. La productivité y est privilégiée par rapport à la flexibilité.

- **systèmes de production en continu** : il s'agit ici d'ensembles très intégrés de production, nécessitant des investissements très importants. La priorité est de maximiser le taux d'utilisation des capacités de production. On aura alors une organisation fondée sur la standardisation des procédures et utilisant des opérateurs très qualifiés.

¹CORBEL Pascal, Op cit. P 246.

² Ibid, P 242.

Les approches déterministes des effets de la technologie n'en ont pas moins continué à dominer. Ce fut le cas notamment lorsqu'il a fallu analyser les conséquences de l'informatisation des entreprises. Cela a été vrai pour les Phases successives de ce processus (apparition des mainframes, puis des mini-ordinateurs ; diffusion des micro-ordinateurs ; mise en réseau de ces derniers). Et on a retrouvé les mêmes prévisions de transformation de tout le système économique par Internet à la fin des années quatre-vingt-dix au moment où seules les entreprises de la « nouvelle économie » semblaient avoir de la valeur pour les investisseurs. Pourtant, les relations entre nouvelles technologies et organisation s'avèrent particulièrement complexes¹.

¹CHOMIENNE H., CORBEL P. et SAÏD K., « Le management de l'intégration des TIC dans les organisations : une compétence stratégique ? » in A. BEN YOUSSEF et L. RAGNI, nouvelle économie, organisation et modes d'organisation, L'Harmattan, 2004, p. 341-358.

Partie Pratique

Chapitre III
Présentation de l'organisme d'accueil,
analyse des données
et interprétation des résultats

Section 01 : Présentation et organisation de l'organisme d'accueil

1- Présentation de la SARL RAMDY :

1-1. Raison sociale :

La société RAMDY est une SARL au capital de 208.885.248 DA. Pour son fonctionnement, elle dispose des moyens de communication suivants :

-Téléphone : 034.19.58. /60/78

-Fax : 034.19.62.59

-Email : [laiterie ramdy@hotmail.com](mailto:laiterie_ramdy@hotmail.com)

-Site web: www.ramdy-dz.com

1-2. Historique :

La SARL RAMDY Ex (SARL Laiterie DJURDJURA) a été créé le 01/01/1983.

Elle s'est spécialisé dans la production des yaourts, crèmes dessert, et les fromages fais et fondus. Le 15 octobre 2001, le groupe français DANONE s'est associé avec la laiterie DJURDJURA pour les activités yaourts, pates fraiches et desserts. Depuis, L'activité de la laiterie DJURDJURA s'est consacrée à la production des fromages fondus, aux pates molles(Camembert) et au lait pasteurisé.

Deux années plus tard, elle s'est implanté dans une nouvelle unité située en plein cœur de la zone d'activité TAHARACHT(AKBOU) triplant, ainsi, sa capacité de production en fromage fondus.

Dans le souci de répondre à une demande croissante du consommateur, la laiterie s'est équipée d'un matériel hautement performant dont une nouvelle conditionneuse de 220 portion /Minute, et une ligne complète du fromage barre.

En juin 2004 la SARL laiterie DJURDJURA a changé de raison sociale pour devenir SARL RAMDY.

Aujourd'hui, les produits laiterie DJURDJURA s'affichent sous la nouvelle dénomination RAMDY .

En octobre 2009, la SARL RAMDY a repris la production de yaourt et crème dessert.

1-3. Situation géographique :

Usine implantée :

- Dans une zone industrielle, véritable carrefour économique de Bejaia, de quelque 50 unités de production agroalimentaire d'expansion ;
- A deux km d'une grande agglomération ;
- A quelque dizaine de mètres de la voie ferrée ;
- A 60 km de Bejaia, chef lieu de la région et pole économique important en Algérie dotée d'un port à fort trafic d'un aéroport international ;
- 170 km à l'est de la capital Alger.

1-4. Infrastructure :

- **Superficie totale : 2397m.**
- Couverture : 1875m.
- Bâtie : 2000m

- **Ateliers** : au nombre de 03.
- Atelier conditionnement de fromage fondu : 325m²× 7m haut.
- Atelier de préparation de fromage fondu : 40m²× 7m haut.
- Atelier de conditionnement de fromage à pâte pressée : 165m²× 7m haut.
- **Cambre froide** : 400m².
- **Hâloir** : 300m².
- **Magasin matière première** : 1500m².
- **Laboratoire d'autocontrôle** : 2× 16m².
- **Bureaux d'administration** : 225m².

1-5. Equipements :

- **Fromage fondu** :
 - (01) cuiseur de type STEPHEN de 100 kg par cuit.
 - (04) KUSTNER de 100 portion/minute chacune soit une capacité de conditionnement de 7.00kg/minutes.
 - (01) conditionneuse de type ATIA pour conditionnement de fromage fondu en barre de 1-2 kg/cycle.
 - banderoleuse de boîtes de fromage portions de type GRAN
- **Fromage à pâte pressée** :
 - Nettoyeuse de meules de type HAJEK.
 - Guillotine pour meules de type HAJEK.
 - Râpeuse de pâte pressée.

- coupeuse de meules.
- Conditionnement et ensacheuse de fromage à pâte dure.
- **Camembert :**
 - Ligne complète de fabrication de type.
 - Capacité : 3tonnes /jour.
- **Coût du projet :**
 - Infrastructure : 50.000.000 DA.
 - Equipement divers : 150.000.000 DA.
 - Coût total : 200.000.000 DA soit : 3.000.000 Euros.
- **Effectif :** total effectif : 288.

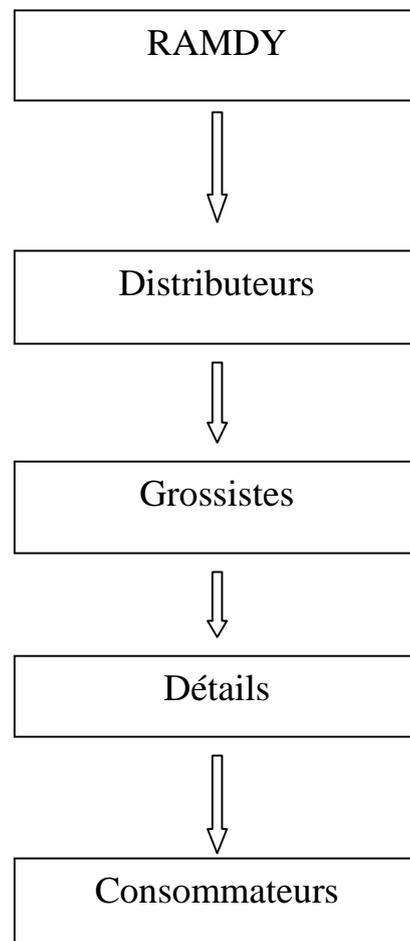
1-6. La gamme de produits RAMDY : est constituée actuellement :

Tableau N°01 : la gamme de produits RAMDY :

Fromage fondu RAMDY	Yaourt RAMDY
<p>1. Fromage barre RAMDY</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fromage barre RAMDY 1.700kg. -Fromage barre RAMDY 0.900kg. -Fromage barre RAMDY 0.600kg. -Fromage barre RAMDY 0.300kg. <p>(4× 75kg).</p> <p>2. Fromage portion RAMDY</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fromage 16 portions RAMDY. -Fromage 08 portions RAMDY. -Fromage 16 portions GYSMO. -Fromage 08 portions GYSMO. -Fromage 16 portions à l'huile d'olives. -Fromage 08 portions à l'huile d'olives. -Fromage 16 portions TARTIN. -Fromage 08 portions TARTIN. 	<p>1. Yaourt aromatisé RAMDY</p> <ul style="list-style-type: none"> -Yaourt aromatisé multi-aromes 100g. -Yaourt aromatisé multi-aromes 80g. -Yaourt aromatisé orange 80g. -Yaourt aromatisé citron 80g. <p>2. Flan RAMDY</p> <ul style="list-style-type: none"> -Flan nappé caramel 90g. <p>3. Crème dessert</p> <ul style="list-style-type: none"> -Crème dessert chocolat. -Crème dessert caramel. -Crème dessert cookies.

Source : « service production ».

1-7. Réseaux de distribution de la SARL RAMDY :



La SARL RAMDY dispose de 20 clients distributeurs répartis comme suit :

Tableau n°2 : Réseaux de distribution de la SARL RAMDY

Centre (3)	Est (11)	Oust (6)
Bejaia	SETIF	CHLEF
ALGER	JIJEL	AIN EDEFLA
BLIDA	ANNABA	MOSTAGANEME
	SKIKDA	SIDI BELABBES
	CONSTANTINE	ORAN
	OUMEL	TLEMCEM
	BOUAGHI	
	MILA	
	SOUK AHRAS	
	BATNA	
	BISKRA	
	M'SILA	

2- Organisation structurelle de la SARL RAMDY :

2-1. direction générale :

Elle est la hiérarchie suprême de l'entreprise dont les missions principales sont :

- la coordination entre les collaborateurs.
- L'organisation des assemblées, des réunions.
- le contrôle et la validité des décisions soumise et proposée.

2-2. Secrétariat :

Centre de réception, diffusion et rédaction de tout le courrier relatif à l'entreprise. IL sert de trait d'union entre la direction générale et les différents services de l'entreprise.

2-3. Service approvisionnement :

Sa fonction principale est d'approvisionner l'entreprise en matières premières et tous les produits nécessaires à ses activités. On distingue deux catégories :

- Achats (locaux et étrangers).
- Gestion des stocks.

2-4. Service commercial :

IL s'occupe de la commercialisation des produits finis, le suivi des états de ventes depuis la commande jusqu'à la livraison et assure aussi les encaissements.

2-5. Service finance et comptabilité : On distingue deux fonctions :

- **La fonction financière :** elle a pour rôle de gérer la paie des employés, les achats, les ventes, tout ce qui se rapporte à la situation financière de l'entreprise.
- **La comptabilité générale :** se rapporte à l'enregistrement de toutes les opérations effectuées par l'entreprise, le regroupement des données recueillies afin de déterminer des résultats.

2-6. Service maintenance : Il a comme tâche de :

- Prévention des machines.
- Réparation des machines et des équipements.

-Rénovation et modification.

2-7. Service production :

Ce service a pour objet de fabriquer des produits et d'effectuer les commandes demandées par les clients, ou le service commercial. Ses tâches sont :

- Manager des équipes de production.
- Assurer en qualité et en quantité les commandes commerciales.
- Veiller sur l'hygiène des locaux et du personnel.
- Faire la programmation de production.
- Communiquer avec tous les départements de l'entreprise.

2-8. Service qualité et développement : Il joue un rôle important dans la SARL RAMDY, il est chargé de :

-Effectuer des analyses physicochimiques et bactériologiques sur les produits avant la mise en vente des produits finis.

-Veiller sur le contrôle et l'amélioration de qualité des produits finis destinés à être vendus.

2-9. Service des moyens généraux : Il a pour rôle de :

- Enregistrer les matières consommables.
- Contrôler le mouvement ENTREE/SORTIE des matières consommable.
- Vérification des factures selon les bons de livrassions.

3-Présentation du département des ressources humaines :

Le département des ressources est situé à coté du service commercial.
Il est composé de :

- Un DRH (directeur des ressources humanisent).
- Une secrétaire.
- Une psychologie industrielle.
- Un gestionnaire du personnel

3-1. Définition de la DRH (directeur des ressources humaines) :

La direction des ressources humaines a pour vocation l'ajustement des ressources humaines aux impératifs de l'entreprise ; elle s'efforce aussi par le dialogue, le conseil et la préconisation d'influer sur les objectifs de l'entreprise en mettant en valeur l'importance du capital humain .Ses taches principales se résument à :

- La gestion des ressources humaines (entrée / sortie) des travailleurs.
- La gestion des paies.
- La gestion des conflits des travailleurs.
- La prise de décision finale sur les recrutements.
- La répartition des tâches.
- Les licenciements.

3-2 Définition de la secrétaire :

Elle occupe un poste administratif dans le service des ressources humaines, ses taches principales se résument au :

- Suivi de l'état des absences des travailleurs.
- Suivi des bons de reprises et sorties des travailleurs.
- Suivi des congés annuels.
- Préparation des éléments de paies.
- Mise à jour des registres légaux.
- Classement des demandes d'emploi.
- Suivi des contrats de travail.

3-3 Définition de la psychologie industrielle :

La psychologue du travail (ou d'entreprise) est une psychologue diplômée spécialisée en relations sociales, ou organisation du travail. Ses tâches principales se résument :

- L'évaluation des candidats pour le recrutement.
- S'occupe des tests techniques pour les candidats.
- Suivi des psychologues (perturbation, et....).
- S'occupe des remboursements, CNAS.
- Suivi des visites médicales (médecine du travail) tels que : visites d'embauches, visites périodiques, visites spontanées.

3-4. Le gestionnaire du personnel : ses tâches principales se résument :

- La saisie de la paie.
- Les bons d'entrés et de sorties.
- Le traitement du pointage.

-Le taux de l'absentéisme.

-Le suivi de l'absentéisme.

-IL s'occupe de tous qui sont logiciel de la gestion des ressources humaines.

4- Missions principales de l'entreprise : l'entreprise a pour mission de :

4-1. Sur le plan économique :

-Satisfaction les besoins des consommateurs :

-Avoir une part de marché importante.

-Innover (proposer de nouveaux produits).

4-2. Sur le plan social :

-Améliorer les conditions de travail.

-Répondre aux attentes des salariés.

-Motiver les Employés.

Section 02 : analyse et interprétation des résultats.

Dans cette recherche nous allons opter pour la méthode qualitative qui s'effectue par la collecte des données pour mieux comprendre les opinions de nos interviewés avec la technique d'investigation qui est l'entretien.

Notre guide d'entretien utilisé pendant notre enquête est réparti sur (03) axes :

- 1- Le premier axe porte sur les données personnelles des enquêtés.
- 2- Le deuxième axe traite l'usage et l'appropriation des technologies de l'information et de communication (TIC) au sein de l'entreprise par les cadres.
- 3- Le troisième axe s'articule sur les technologies de l'information et de communication et les changements organisationnels au sein de l'entreprise.

1- Les caractéristiques personnelles des enquêtés.**Axe n°1 : Présentation des caractéristiques de la population étudiées.****Tableaux N° 03 : présentation de l'effectif global de l'entreprise.**

Fonction	Nombre
Encadrement	12
Maitrise	126
Exécution	150
TOTAL	288

À travers les données de ce tableau, l'effectif de la SARL Ramdy est de 288 salariés ; 12 cadres, 126 agents de maîtrises et 150 exécutants. Notre population d'étude est constituée de 12 cadres de l'entreprise.

Tableaux N° 04 : La répartition de l'échantillon selon le sexe :

Sexe	Effectif
Masculin	07
Féminin	05
TOTAL	12

D'après le tableau ci-dessus de notre échantillon d'étude comporte 07 éléments de sexe masculin et 05 autres de sexe féminin.

Delà, nous pouvons observés que la différence de sexe n'est pas très importante, et que cette entreprise suit la tendance globale de l'accès des femmes aux postes de responsabilités qui est observée dans un nombre croissant d'entreprise en Algérie.

Tableaux N° 05 : La répartition d'échantillon selon la catégorie d'âge.

Age	Effectif
Moins de 30 ans	04
[31-35]	05
[35-40]	01
40 ans et plus	02
TOTAL	12

Concernant les données relatives aux catégories d'âge, on constate que tout d'abord la catégorie des personnes âgées de moins de 30 ans est représentée par un nombre de 04 personnes. Ensuite la catégorie de personnes âgées entre [31-35] représentée par un nombre de 05 personnes.

Après la catégorie des personnes âgées de [35-40] représentée par un nombre de 01seuls personne.

Enfin la catégorie des personnes âgées de 40 ans et plus représentées par un nombre de 02 personnes.

D'après ces données nous constatons que notre population d'étude est relativement jeune, ce qui s'explique par l'exigence de qualifications spécifiques qui font appel à un long cursus d'études spécialisés, ainsi qu'un savoir-faire prouvé en matière de maîtrise de l'outil informatique et de l'usage des TIC, chose qui est habituellement caractéristique des qualifications des jeunes, beaucoup plus que les aînés.

Tableaux N° 06 : Répartition de l'échantillon selon la catégorie socioprofessionnelle.

Diplôme	Effectif
Cadre universitaire	10
Autre cadre	02
TOTAL	12

D'après les données de ce tableau on a remarqué que la majorité de nos enquêtes sont des cadres universitaires avec un nombre de (10) individus.

Alors que nous trouvons que (02) personnes qui ont acquis le statut de cadre sans être universitaire mais, par leurs expériences et l'avancement dans la hiérarchie de l'entreprise.

Cela, peut s'expliquer par le fait que la SARL Ramdy encourage le recrutement de ceux qui ont un diplôme supérieur afin qu'ils puissent

assimiler le fonctionnement de l'entreprise et les tâches qu'ils sont chargés d'accomplir.

Tableaux N° 07 : Répartition de l'échantillon selon l'expérience.

expérience	effectif
[1-5]	04
[6-10]	06
10 ans et plus	02
TOTAL	12

Le tableau ci-dessus nous montre que les enquêtés qui ont une expérience de [6-10] sont représentés par un effectif le plus élevé de (06) personnes suivie de celle de [1-5] avec un nombre de 04 personnes et après ceux qui ont une expérience de (10) ans et plus avec un effectif de(02) personnes.

On a remarqué que ceux qui ont une expérience entre [6-10] sont les plus représentés, ça peut s'expliquer par le fait que la moyenne d'âge de la SARL Ramdy est de 36 ans s'entraînant la plupart des travailleurs c'est des jeunes et aussi ce dernier comme toutes les entreprises mondiales, encouragent le recrutement des jeunes afin de porter des idées nouvelles et de s'adapter mieux aux changements sur tous les niveaux.

2- Analyse et interprétation des résultats.

Après avoir présenté toutes les caractéristiques personnelles de notre population d'étude, on va passer à l'interprétation et l'analyse du contenu des entretiens et les données recueillies ou cours de notre enquête afin de vérifier nos hypothèses de recherche et à travers les résultats on va les infirmer ou les confirmer.

Axe n° 2 : Ses questions portent sur L'usage et l'appropriation des technologies de l'information et de communication (TIC) au sein l'entreprise par les cadres.

Concernant le premier axe la première question qui doit être posée est :
Selon vous, qu'est-ce que signifie les TIC ?

Cette première question nous sert de connaître le degré d'exposition aux technologies de l'information et de communication de nos enquêtés, de savoir s'ils sont capable de nous donner une signification à ces dernières, l'un d'entre eux affirme : « pour moi les TIC regroupent l'ensemble des moyens qui sont destinés à mieux s'informer et à communiquer entre les membres de l'entreprise, dans le but d'avoir une meilleur gestion de l'information et une bonne qualité de communication ».

Nous avons constatés que les TIC sont des objets technologiques familiers à l'ensemble des cadres de l'entreprise RAMDY mais néanmoins, chacun d'eux leurs attribuent une signification singulière qui peut se résumer en deux catégories, la première catégorie nous donne la représentation typique des TIC, commune à l'ensemble des enquêtes qui dit que :« les TIC sont les nouveaux moyens de communication et d'information qui regroupent internet, intranet, réseaux sociaux, appareils téléphoniques, qui peuvent nous servir dans domaine professionnel et personnelle, car celle-ci ont beaucoup d'avantages comme la rapidité dans l'échange d'informations ».

Ce consensus autour des finalités technologiques des TIC, n'a pas empêché, quelqu'un de nos enquêtés à insister sur deux caractéristiques essentielles qui les laissent à contenir les TIC l'un des cadres dit : « pour moi les TIC désignent tout ce qui est apparu dans le domaine informatique et de télécommunications comme les logiciels, les serveurs, les satellites ».

Question n°2 : Comment avez-vous commencé à utiliser les TIC ?

Par le biais de cette question nous essaierons de connaître les différentes manières d'appropriation, de ces moyens technologiques par les cadres, est ce que cela s'est fait au sein de cette entreprise ou ailleurs de celle-ci. A propos de cette question nous avons recueilli les informations suivantes :

D'après les réponses que nous avons obtenues lors de l'enquête, nous constatons que la majorité des cadres interrogés commencent à utiliser de ces moyens au milieu universitaire l'un des cadre déclare : « personnellement, j'ai acquis ces moyens à l'université car c'est un monde de recherche continues. Les enseignants nous demandent à chaque fois de faire des recherches et des exposés, chose qui nous pousse à les utiliser. D'ailleurs, avant je ne savais pas comment les manipuler et même comment ouvrir un ordinateur, mais grâce à ma formation à l'université, j'ai commencé à les utiliser parfaitement. Actuellement, je les maîtrise mais cela ne m'empêche pas de chercher à me perfectionner d'avantage ».

Alors que pour d'autre, le contact avec l'appropriation de ces moyens technologiques à commencer du milieu professionnel, comme indique l'un des cadre : « j'ai commencé à utiliser ces moyens, ici dans cette organisme, car la nature de mon travail m'oblige à les utiliser, ils m'ont juste montré comment cela fonctionne et puis après c'est devenu facile ». Comme l'un de nos enquêtés démontre que l'usage de ces TIC se fait par différent contexte : « j'ai commencé à m'approprier les TIC dans mon ancien travail à Soummam, car eux aussi ont implanté ces moyens, donc j'ai l'habitude à les utiliser. Egalement j'ai les utiliser chez moi surtout le cas de l'internet ».

Dans cette perspective d'analyse **Josiane Jouet** qui nous fournit un résumé des grands domaines d'études et d'appropriations à propos des usages

sociaux des TIC, elle souligne¹ : « L'observation de l'usage social des TIC a, en particulier, mis l'accent sur les formes d'appropriation des objets de communication. Les études démontrent que la technique ne génère pas des usages et que le social joue un rôle déterminant dans ses modalités d'adoption. L'acculturation des techniques repose sur la construction d'une logique de l'usage ».

D'après les réponses que nous avons obtenues lors de l'enquête, on a arrivé à la conclusion que les cadres de l'entreprise RAMDY se sont appropriés ces outils par l'intermédiaire de différentes expériences : celle de l'université à travers des recherches lors des études, comme en milieu professionnel à travers l'accomplissent des taches, d'autres part par l'appropriation familial.

Question n°3 : Votre entreprise a introduit des TIC dans l'exercice de votre tâche, donc pour vous, quel genre d'équipement a été mis votre service ?

A travers cette question nous voudrions montrer l'importance accordée aux TIC par l'entreprise RAMDY, nous voulons connaitre les équipements que cette entreprise a mis à la disposition de ses cadres dans l'exercice de leurs taches.

Pour cette question les réponses sont divergentes, d'une part quelques enquêtés démontrent que cette entreprise a vraiment investie dans ce domaine, L'un de nos interlocuteur affirme : « pour moi, j'utilise beaucoup plus le Outlook, dans mon travail, pour l'envoi et la réception des fichiers entre mes collègues et moi son que je me déplace, il y a aussi les serveurs de stockages qui sont mis à ma disposition dont je peux accéder des informations des autres services son faire appel à Outlook ou bien de me déplacer. Mais aussi le e-faxe qui est le faxe moderne par un serveur qui remplace l'ancien faxe, chose que

¹BAJOLET Emilie, Technologies de l'information et de communication, Quotidien et mode de vie (URBAINS) : Contour et résultats de la recherche scientifique francophone.

nous avons de plus ces derniers temps mais ce n'est pas tout le monde qui l'utilise, bien sur le téléphone fixe à voix IP et une clé internet parce que la connexion est parfois faible ». Pour accomplir les tâches convenablement l'un de nos enquêtés ajoute : « pour que je puisse assurer mes tâches, j'ai la messagerie Outlook, le réseau internet, l'intranet, et quelques logiciels de gestion tel que le MAGIC, également une session utilisateur ».

D'autre par une minorité avancent qu'ils utilisent toujours les moyens classiques, l'un des cadres confirme : « En terme de TIC, notre entreprise n'est pas vraiment bien dotée, on se réfère toujours aux anciens moyens du fait que la nature de notre travail l'exige. Mais l'entreprise a mis à notre disposition quelques outils issus de technologies, je vois que ce n'est pas suffisant pour une entreprise telle que la nôtre, on aimerait bien qu'on soit doté des dernières inventions d'outils de communication et d'information et de sensibiliser leurs usages ».

Pour la majorité des réponses le genre d'équipements et matériel en matière de TIC qui sont mis en place pour les cadres par cet organisme sont : un réseau de micro-ordinateurs, le réseau internet, la messagerie Outlook, la ligne téléphonique interne et logiciels de gestion tel que le logiciel Magic.

Question n°4 : quels usages faites-vous dans l'accomplissement de vos tâches à travers ces TIC ?

L'intérêt de cette question sera de savoir quelles sont les fonctions accomplies par les cadres dans l'exercice de leurs tâches à travers ces moyens technologiques.

Actuellement chaque entreprise cherche à augmenter le niveau de sa performance et la recherche de la productivité au travail par l'informatisation de certaines pratiques, notamment à la gestion des ressources humaines, à ce propos l'un des cadres dit : « l'usage de ces technologies de l'information et de

communication notamment la micro-informatique, ont pour objectifs d'améliorer de système d'information interne et externe de notre entreprise, la gestion des ressources humaines occupe une place importante, d'où une nécessité à la création de bases de données qui servent à la gestion des information salariales comme la gestion de la paie, les absences, les contrats du travail, les congés, les fiches de postes, donc toutes les informations, de nos salariés se retrouvent stoker, sous forme électronique, parce que le capital humain est la matière première de chaque entreprise ». Dans cette optique d'usage des TIC et la gestion des ressources humaines, Robert REIX qui a une vision plus technologique souligne que cela s'inscrivent dans le SIRH : « ensemble organisé de ressources : matériel, logiciel, personnel, données, procédures... permettant d'acquérir, de traiter, stocker, communiquer des informations (sous forme de données, textes, images, sons ...) dans des organisations ». ¹

Par conséquent, l'usage des TIC au sein des entreprises permet d'avoir un avantage concurrentiel, notamment pour la commercialisation de leurs produits, l'un des cadres affirme : « pour que je puisse exercer la fonction que mon entreprise m'a confié, j'utilise l'internet parce que c'est le moyen le plus pratique pour gérer l'environnement externe de notre entreprise, notamment dans le cadres des représentations commerciales pour notre clientèles, fournisseurs, partenaires, pour la personnalisation de nos offres et demandes en matière d'information, donc ces outils nous permettent de gérer la chaine logistique de l'entreprise ».

D'après les réponses qu'on a obtenu par les cadres on a constaté que l'appropriation de ces outils technologiques par l'entreprise RAMDY, sont

¹ EXBRAYAT Gilles, FISTEBERG Nathalie : le SIRH : un atout dans l'optimisation de la GRH au service de l'entreprise, Dauphine Université Paris, promotion 7, Octobre 2010.

orientés d'une part vers la gestion des ressources humaine, et d'autre part vers la communication externe ou la gestion de la relation client.

Question n°5 :Est-ce que les TIC vous permettent de satisfaire vos attentes en termes d'information et de communication ?

Le but de cette question est de savoir si les technologies intégrées au sien de cette entreprise suscitent une certaine satisfaction de la part des cadres, ou bien il existe des insuffisances en matière d'information et de communication. Pour cette question on la majorité attestent qu'ils sont vraiment satisfait à ces outils pour parvenir aux informations attendues l'un de nos enquêtés dit : « je pense aujourd'hui que tout le monde qui apprécie ces technologies donc sincèrement, avec leurs présences mes objectifs en matière de communication et d'information sont réalisés, je suis vraiment très satisfait de mon travail, ainsi on est effectivement impliqué au travail car la nature de ces TIC précisément l'internet, elle nous facilite la recherche d'information ».

Par contre la minorité de nos enquêtés nous ont dit qu'ils n'ont pas atteint leurs ambitions en matière de d'informations comme souligne l'un de nos enquêtés : « je ne suis pas du tout satisfaits, car le genre d'équipements que nous avons ne sont pas suffisants, on est vraiment loin de ces moyens, même avec la présence de ces moyens la communication interne est vraiment paralysé car on ne les exploite pas à bon escient ».

Dans ce perspective A.MASLOW dans sa théorie de motivation humaine qui trouve son application au milieu du travail, il postule que tout comportement est déterminé par la recherche de la satisfaction concernant un besoin fondamental, ici dans ce cadre d'analyse la recherche d'information et

de la communication sont considérées comme deux variables qui résultent la satisfaction.¹

D'après les résultats la majorité des enquêtés se déclarent qu'ils sont vraiment satisfaits puisque grâce à ces outils leurs besoins en matière d'information et de communication sont réalisés, comme une minorité des cadres qu'ils ne sont pas satisfaits du fait qu'il y a parfois un manque de connexion au sein de l'entreprise qui entrave devant la recherche d'information.

Question n° 6 : Selon vous, est-ce que vous rencontrez des difficultés à l'usage de ce type de moyens ?

Concernant cette question, nous tenterons de comprendre si les usagers accomplissent leur travail avec ces TIC facilement ou bien ils rencontrent des entraves à leur usages.

D'après nos enquêtés ces moyens sont faciles à utiliser, car d'après eux, ils les ont déjà appropriés et ils avaient l'habitude de les utiliser que ce soit au milieu professionnel ou personnel, l'un de nos enquêtés annonce : « personnellement, je ne trouve pas de difficultés d'usage car je n'utilise pas de grand-chose comme nouvelles technologies, ce sont de simples applications et des logiciels de gestion qui nécessitent pas de fournir un grand effort ou bien de suivre des formations d'usages, le cas d'Outlook par exemple n'importe qui peut l'utiliser facilement même les agents de maîtrise ou bien d'autres salariés qu'ils n'ont pas accès à cette messagerie, mais ils peuvent l'utiliser sans aucun problème ».

¹ MARIEM-(Noel) et autres, Analyse de condition de travail, édition Entreprise moderne, 1982, P 07.

AXE n° 3 : Ses questions portent sur les TIC et aux changements organisationnel au sein de l'entreprise.**La première question: Selon vous quel est l'impact de l'implantation des TIC sur l'organisation de votre travail ?**

Par le biais de cette question est de découvrir l'impact de l'intégration des moyens technologiques sur l'organisation du travail et la facilitation des tâches aux cadres ou bien comme facteur qui entrave leur travail. On a recueilli les réponses suivantes :

L'arrivée des TIC au sein des entreprises engendre un changement dans la manière d'exercer le travail, l'un des cadres annonce : « depuis l'introduction de ces moyens, j'ai remarqué que mon travail évolue et je vois de jour en jour son fruit surtout avec la messagerie Outlook. Depuis que notre entreprise s'est investie dans ce domaine, mon travail est devenu plus facile et plus rentable, avant on faisait beaucoup de déplacements et gaspillait trop de papier mais maintenant avec ces outils, tout est organisé et tout est économisé. Nous pouvons également faire beaucoup de choses au même temps, l'information est devenue numérisée et stockées, il y a la rapidité d'envoi et de réception, la qualité de communication est devenue meilleur par rapport aux anciens moyens et même instantanée ». Les TIC expriment en effet un mode d'organisation efficace pour confier convenablement les tâches, l'un de nos enquêtés affirme : « Pour moi, rien ne peut remplacer les TIC, car elles exigent moins d'efforts au travail, du fait qu'elles permettent l'automatisation des tâches répétitives quotidiennes et procurent la polyvalence au travail ».

Dans ce sens : « les nouveaux modèles d'organisations s'appuient sur des innovations, sociotechnique et en particulier sur les potentialités qu'offrent les technologies de l'information et de communication, impliquées dans les transformations de l'organisation du travail, les TIC font l'objet d'application

multiples et variées qui couvrent progressivement la quasi-totalité des secteurs d'activité ».¹

D'autres disent que malgré l'avantage et la valeur ajoutée qu'apportent ces moyens dans leurs organisations du travail, ils restent parfois inaccessibles pour certains d'entre eux comme l'internet et même à la qualité du matériel informatique, l'un de nos enquêtés annonce : «avec l'utilisation des TIC, mon travail, est devenu plus pratique, mais je crois que ce n'est pas suffisant, il faut avoir des améliorations telles que la qualité de débit pour le réseau internet ,d'ailleurs c'est le cas de la majorité des entreprises algériennes, même la qualité de certains ordinateurs qui sont anciens, provoquent un manque d'interopérabilité avec les autres systèmes du travail, ce qui provoque des retards en matière d'organisations du travail ».

D'après les réponses obtenues on a constaté que les TIC couvrent une place importante dans l'organisation du travail pour la majorité des cadres, car elles facilitent leurs tâches, tandis que une minorité se déclare qu'elles engendrent des retards à l'optimisation du travail, comme la qualité du débit et recommandent des améliorations.

Question n°02 :L'utilisation de ces TIC a-t-elle modifié votre façon de participer dans votre équipe de travail ? Comment ?

A travers cette question nous voudrions savoir est ce que les moyens offerts par l'entreprise en faveur de leur cadres permettent d'engendrer un niveau de participation en milieu de travail. On a arrivé à recueillir les informations suivantes :

L'usage des TIC au sein de l'entreprise favorise aux renouvellements des formes de collaborations et du travail collectif aux cadres qui jouent un rôle dans

¹RALLET A, « TIC, un enjeu économique de société », science de l'information et de communication, sous la direction de S.OLIVESI, PUG, 2006.

la modification des rapports au travail, comme l'indique l'un d'entre eux : « je dois modifier la façon d'exercer mon travail au quotidien, car le travail en équipe est une nécessité pour notre entreprise, auparavant le travail se faisait d'une manière individuelle, mais maintenant il est exercé collectivement, notamment par la médiation de l'Outlook et le Lotus note. Ce qui favorise mieux l'amélioration des relations sociales au sein de notre entreprise ».

Concernant le mode de communication adopté au sein d'entreprise RAMDY est transversale, un autre enquêté affirme : « avec l'introduction du réseau intranet, notre communication se développe d'avantage, et grâce à ce dernier, la communication interne est catégoriquement plus souple vis à vis les autres salariés, que ce soit par emails ou par téléphone, ce qui est meilleur pour la réactivité, donc je peux dire un aplatissement de la hiérarchie de l'entreprise ».

Dans un autre ordre d'idée, le travail en groupe semble prendre de plus en plus d'ampleur, l'un de nos interviewé rajoute : « pour moi, l'usage des TIC me permet de coordonner mon travail à distance, ce qui renforce la mobilité interne de notre organisme, également un partage de savoir-faire ».

Dans cette multitude de réponses on peut recourir au **Groueware**¹ : « qui est une application informatique permettant à des personnes physiquement éloignées ou n'ayant pas de place de présence commune, de travailler de façon coopérative sur les mêmes documents. Au-delà des fonctions de messagerie ou d'accès partagé à de l'information plus au moins statique ».

A travers les réponses, nous somme arrivé à la conclusion que la majorité des cadres exercent leur travail d'une manière collective , l'appropriation de ces outils en milieu professionnel, améliore le degré de

¹CLAIRE Chaumette, DELPHINE Desbien : typologie des systèmes d'informations, le travail collaboratif, Université de Lille 3, Année universitaire, 2007-2008. P 6-10.

participation et d'intégration aux cadres du fait que la communication est devenue plus aisée et plus rapide où l'échange d'informations est plus riche et à temps réel, surtout avec les solutions transversales de la messagerie Outlook, le Lotus note, la téléphonie mobile, ces dernières jouent au faveur des cadres par :

- Le travail en équipe.
- Le partage des informations et de savoir-faire.
- La mobilité interne de l'entreprise.

Question n° 03 : Est-ce que les TIC vous permettent d'être autonome par rapport à votre poste occupé ? Pourquoi ?

Par le biais de cette question est de savoir l'impact de ces technologies sur le travail des cadres au sein de leur milieu professionnel, autrement dit : est-ce que ces moyens technologiques procurés permettent aux cadres de jouir d'une certaine autonomie ou bien elles sont considérées comme contraintes pour eux, on a recensé les réponses suivantes :

Concernant la flexibilité que permet l'usage de ces TIC dans l'organisation du travail dans le temps et dans l'espace, pour les cadres, l'un d'entre eux dit : « le fait que ces outils me donnent une certaine indépendance, que ça me permet parfois de travailler chez moi, comme ça le niveau de stress est moindre, donc on a une flexibilité qui est réellement appréciable, quand on a beaucoup de travail à faire, on réussit à prendre le temps nécessaire pour le faire correctement », également l'un de nos interlocuteurs dit : « on peut dire ça, mais pas à cent pour cent, car la nature de mon travail, exige d'être sur le terrain ».

Comme certains prononcent que ces moyens sont de nature nomades, notamment les technologies mobiles qui renforcent les contraintes au milieu professionnel, l'un de nos enquêtés déclare : « le fait d'avoir un téléphone

portable dans la poche, tout le temps, c'est stressant, d'un côté c'est parce qu'on est joignable rapidement ».

Concernant la recherche d'autonomie au travail par les TIC se traduit : « Les usagers s'approprient alors les attributs de la technique pour satisfaire l'expression de leur subjectivité et leurs attentes relationnelles. L'autonomie sociale qui se manifeste à travers les nouvelles technologies se joue donc à un double niveau : celui de la quête de soi qui se traduit par le déploiement de la subjectivité et celui de la quête de l'autre qui s'exprime par la recherche de nouvelles sociabilités »¹.

D'après les réponses obtenues, on a constaté que le degré d'autonomie pour la moitié des cadres, disent que ces technologies qu'elles sont contraignantes car elles exigent le travail sur le terrain, donc elles réduisent la marge d'autonomie au travail, comme d'autres proclament que ces outils donnent une indépendance ce qui favorise le travail chez eux.

3- La discussion des hypothèses.

3-1. Discussion de la première hypothèse :

Comme nous avons remarqué que nos enquêtés considèrent que les technologies de l'information et communication comme accessible à tous au milieu professionnel par les cadres puisqu'il ne nécessite pas des qualifications profondes qui demande des formations spécialisées dans ce domaine.

Nous avons constaté que les cadres de l'entreprise RAMDY, accordent une grande importance aux technologies de l'information et de communication, du fait qu'ils les utilisés avant qu'ils soient recrutés au sein de l'entreprise, et d'autres ont continués leur usage de ces moyens après leur recrutement. Cette

¹BAJOLET Emilie, TIC, Quotidien et mode de vie (URBAIN), contour et résultats de la recherche Francophone.p142.

appropriation constitue un indice important que ce soit pour la part de l'entreprise et pour la part des cadres parce que l'utilisation de ces équipements nécessite au préalable un savoir-faire avéré.

Nous pouvons également conclure, que l'usage des TIC au sein de l'entreprise RAMDY est destiné à la réalisation des tâches spécifique relevant de la nature des postes occupés par les cadres de cette entreprise. On a constaté que les moyens implantés, recouvrent des finalités stratégiques pour les cadres, où elles sont orientées à la gestion des ressources humaine, comme le recrutement, la gestion de l'environnement externe de l'entreprise, comme la gestion de la relation client.

La familiarisation des cadres avec l'usage des TIC en dehors du milieu professionnel laisse leur appropriation en milieu du travail beaucoup plus accessible et facile.

Après avoir interprété et analysé les résultats, nous en déduisons que la première hypothèse se confirme par le fait que l'usage des TIC au sein de l'entreprise est expliqué par le niveau d'appropriation par les cadres.

3-1. Discussion des résultats de la deuxième hypothèse :

A travers les résultats de l'enquête sur le terrain on est arrivé à une conclusion que les TIC contribuent aux modifications des comportements au sein de l'entreprise, ce qui conduit à un changement organisationnel :

- Une meilleure circulation de l'information.
- La simplification des tâches par l'automatisation et le stockage de l'information.
- Le travail en équipe.
- L'autonomie au travail.

A la lumière des résultats de nos entretiens avec les cadres on a constaté que l'usage des TIC dans l'entreprise comprend quelques difficultés, qui peuvent être plus au moins superficiels comme le blocage, problème de réseaux, mais en réalité, les TIC sont profitable pour l'entreprise et les cadres, car pour eux, cela les aident à organiser le travail, du moment qu'elles sont facile à les exploités pour l'accomplissement de leurs tâches.

Pour l'introduction ces moyens technologiques au sein de l'entreprise RAMDY, la participation au travail s'est modifié, notamment en ce qui concerne l'échange et la circulation de l'information par l'usage des différent types de messageries électroniques comme le Outlook, le Lotus note, a modifié le rapport au travail ces derniers ont permis à un aplatissement des niveaux hiérarchiques de l'entreprise, par le partage collectif d'information sur la place et en temps réel entre tous les services, sans aucun déplacement, cela implique l'augmentation le degré de participation et de coopération au sein l'entreprise à l'égard de ces outils , donc le travail en groupe est une nécessité organisationnelle pour cette entreprise.

Effectivement, L'usage des TIC en milieu professionnel pour certains acteurs permet en particuliers pour les cadres d'avoir un certain degré d'autonomie dans l'exercice de leurs tâches. On assiste aux transformations de méthodes d'organisation du travail par cette catégorie, les TIC entraînent la confusion entre la vie professionnelle et la vie personnelle.

Après avoir analysé et interprété les résultats, nous en déduisons que la deuxième hypothèse se confirme par le fait que les TIC contribuent au changement organisationnel au sein de l'entreprise.

Conclusion

Conclusion

L'utilisation des TIC se développe dans les entreprises pour assurer des tâches de plus en plus complexes : la communication, la recherche d'informations, la commercialisation des produits et des services, le travail en équipe, la gestion de l'entreprise, l'organisation du travail.

Les résultats semblent démontrer que les usages des TIC sont effectivement plus orientés vers l'organisation et le développement de l'activité de l'entreprise afin de se différencier et d'augmenter sa productivité. L'appropriation des TIC est liée à la nature des tâches exercées au sein de l'entreprise, l'usage des TIC dans l'entreprise nous permettra de savoir leur importance sur l'entreprise, pour la réalisation de ces objectifs soit dans l'organisation du travail, du fait qu'elle facilite la réalisation du travail à temps réel.

Actuellement, les informations sont échangées et diffusées d'une manière plus énergique et expéditive qu'autrefois. Avec les technologies de l'information et de communication (TIC), l'information et le savoir pénètrent toutes les couches de notre société. En exploitant le potentiel des TIC dans les domaines de la vie humaine.

En revanche, alors que la quasi-totalité des cadres les utilisent régulièrement dans leurs activités professionnelles, également indispensables dans leur vie quotidienne.

Notre recherche visait à repérer le niveau d'appropriation en matière de TIC au sein de l'entreprise RAMDY et de aussi de la part des cadres, nous avons cerné les principaux usages de celle-ci en milieu professionnel, ensuite à la contribution des TIC sur le changement organisationnel au sein de la sphère du travail.

Conclusion

L'importance de TIC devient de plus en plus pour la grande majorité des entreprises, mais nous avons constaté une prise de connaissance pour cet organisme, presque tous les cadres admettent que ces moyens technologiques constituent une solution en tant que telle pour la modification des rapports au travail.

Liste Bibliographique

Liste Bibliographique

Ouvrages

❖ méthodologie :

1-ANGERS Maurice, Initiation pratique à la méthodologie des Sciences Humaines, édition, casbah, Alger, 1997.

2-AKTOUF Omar, Méthodologie des sciences sociale et approche qualitative des organisations, Montréal : les presses de l'université du Québec, 1987 .Disponible sur ce lien http://www.asset.soup.io/asset/0171/8125_f015.pdf consulté le 15/01/2014.

3-BAYLE Loubert Del, JEAN Louis, Institution aux méthodes des sciences sociales, édition L'Harmattan, Paris, 2000.

4-GAUTHIER Benoit, Recherche sociale, 4^{ème} édition, Presses, l'université du Québec, 2004.

5- GRAWTR Madeline, Lexique des sciences sociales, 7eme édition, Dalloz ,2000.

6-Luc Van Campenhoudt, Quivy Raymond, Manuel de recherche en sciences sociales, 4eme édition Dunod, Paris. Disponible sur ce lien

[http://rb.eclille.fr/recherche/Manuel de recherche en sciences sociales.PDF](http://rb.eclille.fr/recherche/Manuel_de_recherche_en_sciences_sociales.PDF) consulte le 20/01/2014.

❖ Autres ouvrages

1-ARNAUD Diemer, économie d'entreprises, Définition et analyse des entreprises.

2-ARNAUD PATEYRON -Emmanuel, et SALAMON Robert, Les nouvelles technologies de l'information et de l'entreprise, Edition economica, Paris 1996.

3-BALOGUN J, HOPE HAILY V, VIADROT E, Stratégie du changement, Pearson Education, 2005.

4-BAUMARD Philippe, BENVENUTI Jean-Andre, Compétitive et système d'information, Paris, 1998.

5-BEAUDOIN Josée, BOURGET Claire, et autre, Indice de l'innovation par les TIC, Québec, Mars, 2013.

6-BRENN MANN Rodolf, SEPARAI Sabine Economie d'Entreprise, Edition DUNOD, paris 2001.

7-CHAMBAT Pierre, NTIC et représentation des usagers, In Vitalis.A(Ss la Dir), « Médiat et nouvelle technologies... ».

8-CORBEL Pascal, Technologie, innovation, stratégie, de l'innovation technologique à l'innovation stratégique, éditions Lextenso, Université Gualino, 2000.

9-CHOMIENNE. H, CORBEL P. et SAÏD K., « Le management de l'intégration des TIC dans les organisations : une compétence stratégique ? » in A. BEN YOUSSEF et L. RAGNI, nouvelle économie, organisation et modes d'organisation, L'Harmattan, 2004

10-DEMAURE Claude, « Marketing », édition SIREY, Paris, 2001.

11-DEMONT-LUGOL Liliane, et autres, communication des entreprise stratégies et pratiques 2eme édition, Armond collin, paris, 2006 .

12-DUBOIS Kotler, MANCEAU Keller, Marketing Management ,12édition, ipearson ,Education, 2006.

.13-GELINIER ,O, Stratégie de l'entreprise et motivation des hommes .Homme et technique paris 1984.

14-GORTNER .F, et autres, La gestion des organisations publiques, éd Presses Universitaires du Québec, 1993.

15-HENRI Bruno ,IMBERT Maurice,DRH : tirez parti des technologies, Ed d'organisation, paris, Avril, 2002.

16-JOUET Josiane, Usage et pratiques des nouveaux outils de communication, In Dictionnaire de la critique de la communication, Ed. PUF, Paris.

17-KHLFAOUI Hocine, Accès aux technologies en Algérie: imposition ou appropriation ?Centre Interuniversitaire de Recherche sur la Science et la Technologie (CIRST), Université du Québec à Montréal, 2011.

18-LOHENTO Ken, Usage des NTIC et Médiation des savoir en Milieu Rural Africain, éd 2003.

19-NUGU YAN-THANH Pamelly, la communication : une stratégie au service de l'entreprise Economica, Paris, 1991.

20-RALLET A, « TIC, un enjeu économique de société », science de l'information et de communication, sous la direction de S.OLIVESI, PUG, 2006.

21-RIEFFEL Rémy, Sociologie des médias, Edition Ellipses, Paris, 2001.

22-SAADOUNE Melissa, Avec le temps, édition d'organisation, paris.

23-THANH Fannelly Nguyen , La communication, un stratégie au service de l'entreprise, Edition Economica, Paris,1999.

24-TRISTAN Klein, Impact des TIC sur les conditions du travail, Centre d'analyse stratégique, Février 2012.

25-WESTPHALIEN Marie-Hélène «communication» le guide de la communication d'entreprise, édition DUNOD, PARIS, 2001.

26-ZID RIM, comprendre le changement organisationnel à travers émotions, université de Québec à Montréal, octobre, 2006.Disponible sur <http://www.archipel.uqam.ca/3486/1/M9538.pdf>

❖ **Dictionnaires :**

1-BOUDON Raymond, et autres, Dictionnaire de la sociologie, édition Larousse, Québec, 2005.

2-DOTIER Jean François, Dictionnaire des Sciences Humaines, Edition 2004

3-LAMIZET Bernard et SILEM Ahmed, Dictionnaire encyclopédique des Sciences de l'information et de la communication, Ed Ellipses, Paris, 1997.

4-MAHE Henri, LANDELLE Debois, dictionnaire de gestion, édition economica, Paris, 1998

5-NGOHANE P et autre, dictionnaire de gestion, Armond colin, paris, 1996.

6-La notion d'appropriation, in Dictionnaire de l'habitat et de logement, éd Armand Colin, [http// :www.perlaserfaty.net/texte4.htm](http://www.perlaserfaty.net/texte4.htm).

❖ Thèses, Revues et colloques :

1- BELKHIRI Ali : Les enjeux des TIC en entreprise algérienne, Revue pour les sciences commerciales, Enseignant associé à l'INC, Ex PDG de l'entreprise National ENSI. Disponible sur ce lien : <http://www.volle.com/rapports/diact.pdf>.

2- BOURGOGNE Cric, La filière des Nouvelles Technologie de l'information et de la communication(NTIC) en Bourgogne, Enquête TIC, France, octobre, 2008. Disponible sur : [www .industrie-bourgogne. Fr](http://www.industrie-bourgogne.fr).

3-CLAIRE Chaumette, DELPHINE Desbien : typologie des systèmes d'informations, le travail collaboratif, Université de Lille 3, Année universitaire, 2007-2008.

4- COLLEE Laurent, Sécurité et vie privée sur les réseaux sociaux, Mémoire de Master en gestion de la sécurité des systèmes d'information, Université du LUXMBOURG, France, 2009.

5- DURAND, Anthony Stéphane DARTIGUES et Gaëtan ROCHE, la communication d'entreprise, Université de Perpignan via Dominitia Institutue Jacques Maillot – Licence 2005 . Disponible sur ce lien http://WWW.memoireonline.com/O6/07/497/m_la-communication-d-entreprise1.html.

6-EXBRAYAT Gilles, FISTEBERG Nathalie : le SIRH : un atout dans l'optimisation de la GRH au service de l'entreprise, Dauphine Université Paris, promotion 7, Octobre2010

7-GACEM Soumia et KEBBACHE Khaled, « Le processus d'innovation dans les PME Algériennes », Université Bejaia, Algérie, Décembre 2001.

8- GLIKMAN Viviane, La E-Formation entre globalisation des produits et pluralité des services, Colloque Bouges-Globalisme et pluralisme, Montréal, avril, 2002.

9-MALIEN Philippe, TOUSSAINT Yve, l'intégration sociale des TIC : une sociologie des usages, Revue, Technologie de l'information et société, n°6,1994

10-MOHELLEBI Dalila, Les NTIC et la capitalisation des compétences internes de l'entreprise, Université de Tizi Ouzou, Algérie.

11- RACHADI Abdelkader, L'impact des TIC sur les entreprises, Magister 2006, université de Saida. Disponible sur ce lien

http://www.Memoireonline.com/01/10/3125/m_Limpact-des-TIC-sur-letreprise11.html

12-Yve François de COADIC, La science de l'information, édition : Que sais-je, presse universitaire de FRANCE

13-Revue PERSONNELN° 437, sous la direction de Patrick BEZIER, Que reste-il-des NTIC ? Édition ANDCP, Février2003, p43-44.

14-Elaboration de la Stratégie e-Algérie 2013disponible sur ce lien : http://www.med-it.com/Alger/pdf/e-Algerie_2013.pdf

❖ **Webographie**

<http://www.danger-sante.org/defintion-de-téléphoneportable>.

<http://www.techno-science.net/?onglet=glossaire&définition=269>.

<http://www.wikifisc.com/%C3%89chantillonnage-par-participation-volontaire.ashx>

Annexes

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

Thème

Usage des TIC en milieu professionnel

Guide d'entretien

Ce guide d'entretien entre dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin de cycle master en sociologie option : sociologie du travail et des ressources humaines. On a besoin de votre aide pour accomplir cette recherche qui est intitulée « Usage des TIC en milieu professionnel ».

Nous vous prions de bien vouloir répondre à nos questions soigneusement, on vous assure l'anonymat pour un objectif scientifique.

Réalisé par :

M^{elle}. LAICHOIR Kahina

M. LAHBIBEN Abdelghani

Encadré par :

M^{eme}. MOUHOUN Leila

Année universitaire

2013/2014

AXE N°1 : Les Données personnelles.

1-Sexe :

2- Age :

3-Catégorie socioprofessionnelle :

4- Expérience professionnelle :

AXE N° 2 : Questions relatives à l'usage et l'appropriation des TIC au sein de l'entreprise.

5- Selon vous, qu'est-ce que signifie les TIC ? :

6- Comment avez-vous commencé à utiliser les TIC ?

7- Votre entreprise a introduit des TIC dans l'exercice de votre tâche, donc pour vous, quel genre d'équipement a été mis votre service ?

8- quels usage faite vous dans l'accomplissement de votre tâches à travers ces TIC ?

9- Est-ce que les TIC vous permettent de satisfaire vos attentes en termes d'information et de communication ?

10- Selon vous, est-ce que vous rencontrez des difficultés à l'usage de ce type de moyens ?

AXE N°3 : Questions relatives aux TIC et aux changements organisationnels au sein de l'entreprise.

11- Selon vous quel est l'impact de l'implantation des TIC sur l'organisation de votre travail ?

12- L'utilisation de ces TIC a-t-elle modifié votre façon de participer dans votre équipe de travail ? Comment ?

13- Est-ce que les TIC vous permettent d'être autonome par rapport à votre poste occupé ? Pourquoi ?

ORGANIGRAMME DE LA SARL RAMDY

