



Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique  
Université A MIRA-BEJAIA

Faculté des Sciences Humaines et Sociales

Département des Sciences de l'Information et de la Communication

***Mémoire de fin de Cycle***

En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences de l'Information et de  
la Communication

**Spécialité : Communication et Relations Publiques**

***Thème***

*« Intégration des Technologies de l'Information et de la  
Communication par les entreprises »*

**Etude de cas : CEVITAL**

**Réalisé par :**

Melle : DJAFRI Djahida

Melle : DJAOUD Ikram

**Encadré par :**

Dr : AGUERCIF Siham

Année universitaire

2023/2024

## *Remerciements*

*On commence par remercier dieu le tout puissant de nous avoir accordée toute la détermination, la volonté et la force nécessaire pour réaliser ce modeste travail.*

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

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

*On ne peut pas oublier de remercier nos familles, nos amis et toutes les personnes ayant contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.*

***Djahida & Ikram***

## *Dédicace*

C'est avec un immense plaisir que je dédie ce travail à ceux qui me sont chers. A ma maman qui m'a portée en elle, à mon Papa d'amour, qui sont ma raison de vivre.

Aucune dédicace ne saurait exprimer l'amour que j'éprouve pour vous, puisse ce travail être à la hauteur de nombreux sacrifices que vous avez consentis pour assurer mon bien être et mon éducation et de m'avoir soutenu et aidé tout au long de mon parcours scolaire et universitaire. Puisse Allah vous donner la santé, bonheur et une longue vie.

A mes frères, à ma sœur que j'aime le plus au monde.

A ma meilleure amie « Amel » qui était toujours là pour moi, qui a toujours cru en moi, et celui sur qui je peux toujours compter, puisse Allah te bénir.

A mon fiancé « Mohand » qui était souvent avec moi, qui m'aide à gérer mes émotions de stress et doutes, durant la réalisation de mon travail.

Au meilleur binôme « Ikram » qui a pu combler mes lacunes afin d'avoir un

Je vous aime très fort. Et à tous ceux qui m'aiment et que j'aime.

*Djahida*

# *Dédicace*

Du bon cœur, je tiens à dédier ce modeste travail ;

A ma chère mère qui m'a apporté le soutien moral et intellectuel durant mon parcours scolaire, et qui m'a éclairé le chemin par ses conseils et encouragements, que dieu la prête bonheur dans sa vie.

A mon cher père qui a sacrifié sa vie pour notre réussite, et en vue d'atteindre ce niveau que j'en ai aujourd'hui, et que j'espère lui rendre un quart de ce qu'il a fait pour nous, que dieu lui prête longue vie et de santé.

A mes chères sœurs Lyna et Yamina, mes chers frères Lamine et Islam qui sont toujours à mes côtés.

A mon cher fiancé Nassim qui était souvent avec moi, qui m'aide à gérer mes émotions de stress et doutes, durant la réalisation de mon travail.

A ma chère mamie « Zina » et toutes ma famille maternelle et paternelle.

A la mémoire de ma chère tante qui rendue l'âme y'a un mois que dieu la bénisse dans son vaste paradis

Au meilleur binôme Djahida qui a pu combler mes lacunes afin d'avoir un excellent résultat

A ma meilleure et unique amie Rania

*Akram*

## Liste des abréviations

- **DG** : Direction Générale
- **DRH** : Direction des Ressources Humaines
- **EDI** : Echange de Données Informatisés
- **GD** : Gestion Documentaire
- **GRH** : Gestion des Ressources Humains
- **OS** : Operating System
- **PLMN** : Public Land Mobile Network
- **SAP** : System, Applications, and Product
- **SI** : Systèmes d'Informatique
- **SE** : Système d'Exploitation
- **TIC** : Technologie de l'Information et de la Communication

## Liste des tableaux

<b>Tableau N°01</b> : présentation des données personnelles de la population d'étude.....	81
<b>Tableau N°02</b> : Répartition des enquêtés selon le sexe.....	82
<b>Tableau N°03</b> : Répartition des enquêtés selon la catégorie d'âge.....	82
<b>Tableau N°04</b> : Répartition des enquêtés selon Le poste occupé.....	83
<b>Tableau N°05</b> : Répartition des enquêtés selon le niveau d'instruction.....	84
<b>Tableau N°06</b> : Répartition des enquêtés selon la formation .....	84
<b>Tableau N°07</b> : Répartition des enquêtés selon l'expérience dans le domaine.....	85
<b>Tableau N°08</b> : Répartition des enquêtés selon l'ancienneté dans l'entreprise.....	86

## Liste des figures

<b>Figure N°01</b> : le processus d'adoption de l'innovation par ses utilisateurs .....	31
<b>Figure N°02</b> : le processus de la communication.....	38
<b>Figure N°03</b> : Un schéma général du système de la communication selon Shannon....	53
<b>Figure N°04</b> : la chaine du commerce électronique.....	67

## **Sommaire :**

<b>Introduction .....</b>	<b>12</b>
---------------------------	-----------

### **Première partie : Partie méthodologique**

#### **Chapitre 1 : Cadre méthodologique de la recherche**

##### **Section 1 : Analyse conceptuelle**

1. Les raisons du choix du thème.....	15
4. Les objectifs de la recherche .....	16
5. Problématique .....	16
6. Les hypothèses.....	18
7. Définition des concepts clés.....	18
8. Les études antérieures.....	22

##### **Section 2 : Démarche méthodologique**

1. La méthode adoptée.....	26
2. Les techniques utilisées pour la collecte des données.....	27
3. Le choix de l'échantillon et la méthode d'échantillonnage.....	28
4. L'approche théorique adoptée.....	29
5. Les difficultés rencontrées .....	32

### **Deuxième partie : partie théorique**

#### **Chapitre 2 : Histoire et évolution des technologies de l'information et de la communication (TIC).**

##### **Section 01 : Généralités sur les technologies de l'information et de la communication (TIC) :**

1. Historique des TIC.....	36
2. Notions des TIC.....	37
3. Les caractéristiques des TIC.....	43

##### **Section 02 : Rôles et Caractéristique des TIC**

1. Les outils des TIC.....	44
2. Les avantages et les limites des TIC.....	45

#### **Chapitre 3 : Intégration des TIC au sein des entreprises**

##### **Section 01 : Les technologies de l'information et de la communication au sein de l'entreprise**



1-Dualisme information / communication.....	48
A- Le déroulement et l'évolution de l'information au sein de l'entreprise .....	48
B- La communication organisationnelle ou le développement de la communication au sein de l'entreprise.....	51
2-Les différentes technologies d'information et de communication utilisées au sein de l'entreprise.....	58
3-L'importance de s'investir pour l'entreprise dans le TIC .....	62
4-Le rôle des TIC au sein de l'entreprise .....	64
5-Les différentes applications de commerce électronique.....	67
<b>Section 2 : Les TIC et leur effet sur la performance de l'entreprise.</b>	
1- Comment peut-on réussir les TIC dans l'entreprise ?.....	71
2- L'effet des TIC sur la performance des entreprises.....	73

### **Troisième partie : Partie pratique**

#### **Chapitre 4 : Analyse et interprétation des données**

##### **Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil**

1. Historique de l'entreprise « CIVITAL ».....	76
2. Situation de l'entreprise.....	76
3. Les activités de l'entreprise « CIVITAL » et ses missions.....	77
4. L'effectif et domaine d'activité de l'entreprise.....	79
5. Les objectifs et les valeurs de l'entreprise.....	80

##### **Section 02 : Présentation des caractéristiques de la population d'étude et les résultats de L'enquête .....**

1. Analyse des données et interprétation des données .....	87
2. Discussion des résultats de l'enquête.....	101

##### **Conclusion .....**

##### **Liste bibliographique.....**

##### **Annexes.....**

##### **Résumé**

# INTRODUCTION

### **Introduction :**

En 21<sup>ème</sup> siècle, l'adoption des TIC par les entreprises est devenue primordiale afin de garantir leurs réussites et leurs visibilitées sur le marché, elles offrent de nouvelles possibilités en termes de service, elles servent à améliorer la performance et l'efficacité des ressources humaines en facilitant l'accès et le partage transversale des informations entre les membres de l'entreprise.

Avec la montée en puissance des technologies de l'information et de la communication dans le secteur économique, les entreprises investissent massivement dans les TIC pour optimiser leurs modes de transaction en facilitant l'accès à l'information, en fournissant des outils, des systèmes et des applications qui assurent le confort des utilisateurs, en sécurisant les données, et surtout en gagnant du temps pour améliorer leur rentabilité.

Les TIC sont devenues un levier stratégique pour la performance, la compétitivité et la transformation des entreprises, dans plusieurs secteurs. Leur adoption et leur utilisation efficaces sont alors un enjeu majeur pour les entreprises.

Les technologies de l'information et de la communication sont un vecteur de l'évolution de la performance organisationnelle, marqué par des changements considérables au niveau des innovations et leaderships, la qualité des produits et services, la productivité et le rendement des employés.

En utilisant l'internet, les sites web et les applications technologiques, l'entreprise peut capter et dominer les plus grandes plateformes en vue de relever ses défis concurrentiels

Donc, elles visent à tisser des relations communicationnelles efficaces au sein de l'entreprise, développer des méthodes de partage d'informations plus sécuriser et efficace, résoudre rapidement les problèmes et maintenir une meilleure coordination tâches quotidiennes.

Les TIC permettent d'intégrer des stratégies évolutives et compétitives qui permet de mettre en place une démarche d'intelligence économique dans la collecte, le stockage, l'analyse et la diffusion des informations d'une manière stratégique.

Ces stratégies aident l'entreprise à une excellente exploitation des technologies de l'information et de la communication dans le but d'atteindre ses objectifs et garantir une performance organisationnelle à long terme.

Étant donné l'importance croissante des technologies de l'information et de la communication dans la vie quotidienne, de nombreuses entreprises cherchent désormais à les intégrer. Ainsi, l'entreprise agro-alimentaire CEVITAL de Bejaia a également saisi cette opportunité technologique.

Dans ce contexte, nous avons mené une étude sur le thème : « Intégration des technologies de l'information et de la communication par les entreprises, cas de CEVITAL ». L'objectif principal est de démontrer et d'analyser l'apport de l'intégration des TIC sur la performance organisationnelle de cette entreprise.

Le travail de mémoire conçu dans la suite de ce document sera composé de trois parties qui sont : la partie méthodologique, la partie théorique et la partie pratique.

Pour le chapitre méthodologique, il est divisé en deux (2) sections ; la première section concerne l'analyse conceptuelle (les raisons du choix du thème, les objectifs de la recherche, la problématique, les hypothèses, la définition des concepts clés et les études antérieures). Ensuite la deuxième section qui est la démarche méthodologique (la méthode adoptée, les techniques utilisés pour la collecte des données, le choix de l'échantillon et la méthode d'échantillonnage, et l'approche théorique adoptée).

Concernant la deuxième partie qui est la partie théorique, elle est divisée en deux chapitres, le premier s'intitule : histoire et évolution des technologies de l'information et de la communication, ce dernier est réparti en deux sections, dont la première est : les généralités sur les technologies de l'information et de la communication. La deuxième concerne le rôle et caractéristiques des TIC. Le deuxième chapitre est intégration des TIC au sein des entreprises réparti aussi en deux sections, pour la première : les technologies de l'information et de la communication au sein de l'entreprise. La seconde est : les TIC et leurs effets sur la performance de l'entreprise.

Dans la troisième partie qui est la partie pratique, nous avons un seul chapitre intitulé : analyse et interprétation des données. Il est fragmenté en deux sections, dont la première est : la présentation de l'organisme d'accueil. La deuxième ; présentation des caractéristiques de la population d'étude et les résultats de l'enquête et enfin une conclusion.

Comme dans toute recherche scientifique, nous allons clôturer notre travail par une conclusion générale qui synthétise les principaux apports et résultats de notre recherche. Enfin, dans les annexes, nous allons sélectionner les documents, les informations et les données jugés utiles pour une meilleure illustration de nos commentaires.

# **Chapitre I :**

## **Cadre méthodologique de la recherche**

## 1.Problématique :

Le monde d'aujourd'hui est en perpétuel transformation, il est marqué par l'avènement des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) qui évoluent rapidement. Au sens large, les TIC peuvent être définies comme un ensemble des technologies qui permettent de traiter, de stocker, de transmettre et d'échanger des informations, cela comprend les ordinateurs, les réseaux, internet, les logiciels, les médias sociaux. Le concept « technologies de l'information et de la communication » est souvent utilisé et compris comme synonyme d'internet avec tout ce que cela suppose : l'utilisation d'ordinateurs et de divers réseaux de télécommunication permettant de relier les utilisateurs entre eux, et de les relier à l'information.

Depuis, nous assistons à une intensification de l'usage des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans le monde professionnel ; courrier électronique, plateformes collaboratives, partage de document en ligne, solutions de messageries instantanées, accès internet mobile, etc. Depuis leur apparition, les TIC ne cessent d'évoluer, elles ont bouleversé le quotidien des entreprises d'ailleurs, la plupart des entreprises se sont pressées à les adopter, chacune à son rythme, et selon ses besoins et ses ressources. Les TIC permettent un meilleur accès à l'information pour l'ensemble du personnel de l'entreprise en facilitant le partage de l'information en interne et en externe. <sup>1</sup>

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) sont un vecteur de développement et de l'évaluation de leur impact sur la performance des organismes. L'intégration de ces technologies dans les entreprises algériennes est considérée comme une révolution silencieuse du numérique. L'innovation technologique influence profondément la manière dont les entrepreneurs conçoivent et commercialisent leurs produits, comme elles fortifient les liens avec la clientèle vu qu'elles offrent la possibilité de mieux traiter et connaître les avis des clients, en effet les TIC contribuent à des améliorations dans l'exécution de ses activités tout en augmentant leur performance organisationnelle.<sup>2</sup>

A cet effet, les entreprises n'hésitent pas à investir de plus en plus dans les TIC qui sont aujourd'hui les clés du succès. Grâce à ces innovations, l'entreprise peut améliorer

---

<sup>1</sup> Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE), *ICTs and Business in the OECD Countries* (2019).

<sup>2</sup> Centre de Recherche en Économie Appliquée pour le Développement (CREAD), *L'impact des TIC sur les entreprises en Algérie* (2022).

l'organisation interne de l'entreprise, la gestion du travail et la bonne cohésion entre les travailleurs.

Les TIC facilitent le contrôle et la délégation de prise de décision grâce au partage de l'information au sein de l'entreprise. Les TIC sont considérés comme un instrument indispensable pour avoir et garder un avantage concurrentiel, en permettant de développer et d'exploiter les ressources humaines et entrepreneuriales au sein de l'entreprise<sup>3</sup>.

La présente étude se penche sur cet aspect que nous voulons découvrir : la réalité d'intégration et d'usage des TIC et son effet sur la performance interne de l'entreprise CEVITAL, Notre enquête sur terrain est fondée sur une problématique centrale formulée sous la forme d'une question de départ suivie par des interrogations secondaires.

La question principale : à travers notre modeste recherche nous avons interrogé répondre à la question principale suivante :

Quel est le rôle de l'intégration des technologies de l'information et de la communication dans la performance organisationnelle de l'entreprise Algérienne privée CEVITAL ?

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

1. Quels sont les atouts actuels de l'entreprise CEVITAL en matière de technologies de l'information et de la communication (TIC), et comment ces technologies favorisent-elles l'efficacité, l'innovation, et la compétitivité de l'entreprise sur le marché ?

2. Quels effets que peut avoir les TIC sur la performance organisationnelle au sein de l'entreprise CEVITAL ?

## **2. Les hypothèses :**

Selon Raymond QUIVY « Une hypothèse est une proposition qui anticipe une relation entre deux termes qui, selon les cas, peuvent être des concepts ou des phénomènes. Une hypothèse est donc une proposition provisoire, une présomption, qui demande à être vérifiée »<sup>4</sup>. Pour pouvoir apporter des explications à notre recherche et pour que le travail soit concrétisé, nous avons élaboré deux hypothèses de type bivarié :

---

<sup>3</sup>MOUHAMED K, (les TIC, le capital humain, les changements organisationnels et la performance des PME manufacturières) Paris 2013, P30.

<sup>4</sup>QUIVY, R, et LUC VAN, C. « Manuel de recherche en sciences sociales ». 2eme édition. Paris.1995. Page135

**Hypothèse N°01 :**

- Pour renforcer sa performance organisationnelle, CEVITAL peut améliorer ses capacités en TIC, en intégrant de manière accrue les outils numériques et en offrant des formations continues au personnel.

**Hypothèse N°2 :**

- Les TIC ont un impact significatif sur la performance organisationnelle de CEVITAL, en permettant une augmentation de la productivité, un bon rendement du travail, une bonne organisation du travail et une satisfaction accrue des salariés.

**3. Les objectifs de la recherche :**

- ✓ Il nous permet de développer mes compétences professionnelles et d'expérimenter ce que j'ai appris théoriquement durant mon cursus universitaire
- ✓ En vue de montrer l'importance de l'utilisation des TIC par les entreprises spécifiquement algérienne
- ✓ Savoir de quoi s'agit-il les changements et les développements que les TIC a apporté au niveau interne des entreprises (structurelle et relationnelle)
- ✓ Démontrer la situation de travail liée à l'introduction des nouveaux outils de la Communication dans les entreprises algériennes.

**4. Les raisons du choix de thème :**

Le choix du thème « intégration des technologies de l'information par les entreprises de Bejaia », notre inspiration vient du fait que nous quittons l'ère de l'industrialisation pour entrer dans le monde de numérique qui ne fait que commencer.

**Les raisons subjectives :**

- ✓ Le choix de notre thème est motivé par le désir de comprendre comment les entreprises algériennes adoptent et utilisent les TIC pour améliorer leurs performances en matière d'organisation du travail et de la communication.



- ✓ Nous sommes passionnés par les dernières évolutions technologiques et souhaitons explorer l'impact spécifique de ces technologies sur le travail au sein des entreprises algériennes, notamment Cevital.
- ✓ Nous avons un intérêt personnel pour les technologies de l'information et de la communication ainsi que leur influence sur le monde du travail.

**Les raisons objectives :**

- ✓ Les technologies de l'information et des communications sont devenues des éléments essentiels dont on ne peut se passer dans l'organisation.
- ✓ Démontrer l'apport des TIC sur la structure organisationnelle des entreprises algériennes.
- ✓ Découvrir est-ce que l'intégration des technologies de l'information et de la communication améliore la performance de l'entreprise CEVITAL.

**5. Définition des concepts clés :****5.1 Les technologies de l'information et de la communication****Définition systémique :**

Zuboff (1998) a défini les TIC comme un label qui reflète la convergence de plusieurs courants de développement technique, comprenant la micro-électronique, l'informatique, les télécommunications, le génie logiciel et l'analyse des systèmes<sup>5</sup>

Pour CHARPENTIER P : « les technologies de l'information regroupent les techniques permettant de collecter, stocker, traiter et de transmettre des informations ; elles sont fondées sur le principe de base du codage électronique de l'information ». <sup>6</sup>

**Définition opérationnelle :**

---

<sup>5</sup> MONINO, J-L et SEDKAOUI, S. (2013), « les TIC un outil indispensable pour une démarche d'intelligence économique ». Revue : Marché et organisation, Numéro 18, page173-188

<sup>6</sup> CHARPENTIER, P (2011), « Organisation et gestion de l'entreprise », édition Nathan, paris, page133.

Les TIC désigne l'ensemble des technologies qui permettent la création, l'enregistrement, la transmission, le partage et l'échange d'informations, qui regroupe notamment l'informatique, l'électronique et l'audiovisuel.

## 5.2 Entreprise

### Définition systémique :

« L'entreprise est une unité économique autonome combinant divers facteurs de production, produisant pour la vente des biens et services et distribuant des revenus en contrepartie de l'utilisation des facteurs, en ce sens les organisations à activité marchande telles que société anonyme, banque, exploitation agricole coopérative de production, constituent des entreprises. En revanche, les unités à caractère ne peuvent pas être des entreprises il s'agit dans ce cas d'espèce d'une administration publique »<sup>7</sup>

Selon le Robert ; « ce qu'on se propose de faire ; mise à exécution d'un projet. Organisation de production de bien ou de service à caractère commerciale »<sup>8</sup>

L'entreprise est une organisation publique ou privé, dans le secteur économique qui exerce l'activité de production de produits ou des services à un but lucratif ».

### Définition opérationnelle :

L'entreprise est une organisation publique ou privée, insérer dans le secteur économique de production de produits, ou services à un but lucratif.

## 5.3 Communication

### Définition systémique :

Larousse à définit la communication : « action de communiquer, être en communication avec quelqu'un, transmettre quelque chose à quelqu'un. Pour une entreprise, action d'utiliser les médias pour faire connaître son activité et promouvoir son image auprès du public. Moyen de liaison »<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup>SILEM, A et Albertini, J-M, « Lexique d'économie », 7eme édition, Dalloz, 2002, page294

<sup>8</sup>ROBERT. (2011). « Dictionnaire de français ». Dans le dictionnaire le robert. Page 155

<sup>9</sup>LAROUSSE. (2010). « Dictionnaire Larousse ». Dans le dictionnaire Larousse. Page 162

Roman Jakobson, par sa définition : « Toute communication comprend un émetteur et un récepteur (destinateur et destinataire). Le destinateur établit le contexte du message pour que ce dernier puisse être compris. Il s'agit notamment de l'environnement, des conditions, du lieu et du moment de transmission du message ».

**Définition opérationnelle :**

La communication est l'action d'établir une relation entre deux ou plusieurs personnes, à travers l'échange, le partage et la diffusion des informations par différents moyens (linguistique, geste et signaux).

**5.4 L'information :****Définition systémique :**

P. Rogmani et V.Wild, définissent l'information comme : « un renseignement qui améliore notre connaissance sur un sujet quelconque ». <sup>10</sup>

Capurro.R et Hjørland.B : « une mesure physique, un pattern de communication entre un émetteur et un destinataire, une forme de contrôle ou de feedback, la probabilité de transmission d'un message à travers un canal de communication, le contenu d'un état cognitif, la signification d'une forme linguistique, la réduction de l'incertitude ». <sup>11</sup>

**Définition opérationnelle :**

L'information désigne l'action d'informer, de transférer une donnée ou une information à propos d'une personne ou un fait.

**5.5Intégration :****Définition systémique :**

Selon le robert : « l'intégration est l'incorporation (d'éléments) à un système. Assimilation (d'un individu, d'un groupe) à une communauté, un groupe social ». <sup>12</sup>

---

<sup>10</sup>ROGMANI, PetWILD, V. (1998) « L'intelligence économique au service de l'entreprise, les presses de management », paris, Page92.

<sup>11</sup>MELEU-MERVIELet USILLE, P (2012). « Quelques révisions du concept de l'information ». HAL open science. 25-56.

<sup>12</sup>ROBERT. (2011). « Dictionnaire de français ». Page 240.

Selon Larousse : « Rattachement à une même unité de production, de toutes les opérations qui conduisent de la matière première (intégration amont) à la réalisation ou même à la diffusion du produit fini (intégration aval). [L'intégration équivaut pratiquement à la concentration verticale. »<sup>13</sup>

#### **Définition opérationnelle :**

L'intégration est l'action de s'intégrer et intégrer des éléments à un ensemble cohérent d'éléments.

### **5.6 Performance :**

#### **Définition systémique :**

Selon P. Lorino (1997), « performance dans l'entreprise, tout ce qui est, et seulement ce qui contribue à atteindre les objectifs stratégiques ».<sup>14</sup>

J-B. Carrière (1999) conclut alors que « la performance n'est d'autre que l'évolution de l'entreprise ou son agrandissement ».<sup>15</sup>

Kaplan et Norton, Morin et AL, disent que la performance organisationnelle est la manière dont l'entreprise est organisée pour atteindre ses objectifs et la façon dont elle parvient à les atteindre. Elle intègre des indicateurs variés tels que la qualité du produit et du service, la mobilisation des employés, le climat du travail, la productivité, la satisfaction de la clientèle, etc.<sup>16</sup>

#### **Définition opérationnelle :**

Le concept performance est souvent utilisé pour exprimer un certain niveau d'excellence, il est employé dans le secteur de littérature, société et surtout économique. Cependant, le dernier secteur désigne l'évolution et le développement des entreprises de produits ou services sur le niveau humain (les employeurs et employés), le rendement, la qualité des produits....

### **5.7 performance organisationnelle :**

---

<sup>13</sup><https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/>

<sup>14</sup>ISSOR, Z. (2017). « La performance de l'entreprise : un concept complexe aux multiples dimensions. Dans projectics/proyética/projectique (17). 93-103

<sup>15</sup>ISSOR, Z. (2017). La performance de l'entreprise : un concept complexe aux multiples dimensions. Dans projectics/proyética/projectique (17). 93-103

<sup>16</sup>ISSOR, Z. (2017). La performance de l'entreprise : un concept complexe aux multiples dimensions. Dans projectics/proyética/projectique (17). 93-103

Selon Kaplan et Norton, la performance organisationnelle, relative à l'efficacité de la structure organisationnelle, elle est la manière dont l'entreprise est organisée pour atteindre ses objectifs et la façon dont elle parvient à les atteindre. Elle intègre des indicateurs variés tels que la qualité du produit et du service, la mobilisation des employés, le climat de travail, la productivité, la satisfaction de la clientèle, etc.<sup>17</sup>

Kalika, considère la performance organisationnelle comme une performance portant directement sur l'efficacité de la structure organisationnelle et non pas sur ses éventuelles conséquences de nature sociale ou économique. Les facteurs qui permettent d'apprécier cette efficacité organisationnelle sont : le respect de la structure formelle, les relations entre les composantes de l'organisation, la qualité de la circulation de l'information, la flexibilité de la structure.<sup>18</sup>

## 6. Les études antérieures :

Selon Harris Cooper, une revue de la littérature est "une analyse critique des études précédentes sur un sujet particulier, dans le but de résumer ce qui est connu, identifier les lacunes dans les connaissances et suggérer des directions pour des recherches futures."<sup>19</sup>

Arlene Fink, décrit la revue de la littérature comme "une synthèse systématique, explicite et reproductible des recherches déjà réalisées sur une question précise. Cela implique l'identification, l'évaluation et l'interprétation de toutes les recherches pertinentes disponibles."<sup>20</sup>

Chris Hart définit la revue de la littérature comme "la sélection des documents disponibles (imprimés et électroniques) sur le sujet, qui contiennent des informations, des idées, des données et des preuves écrites d'un point de vue particulier à analyser de manière critique, pour articuler une vue d'ensemble de l'état des connaissances sur ce sujet."<sup>21</sup>

---

<sup>17</sup> Kaplan, R. S., et Norton, D. P. (1992). *The Balanced Scorecard: Measures That Drive Performance*. Harvard Business Review, 70(1), 71-79.

<sup>18</sup> Kalika, M. (1988). *La performance organisationnelle : Vers une approche intégrée*.

<sup>19</sup> COOPER, H. M. (1988). Organizing knowledge syntheses: A taxonomy of literature reviews. *Knowledge in Society*, 104-126.

<sup>20</sup> FINK, A. (2005). *Conducting Research Literature Reviews: From the Internet to Paper* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

<sup>21</sup> HART, C. (1998). *Doing a Literature Review: Releasing the Social Science Research Imagination*. London: Sage Publications.

En conclusion, les études antérieures jouent un rôle fondamental dans la structuration et la réussite d'un travail de recherche. Elles assurent que la recherche est bien informée, rigoureuse et pertinente, contribuant ainsi à l'avancement des connaissances dans le domaine étudié.

### **La première étude :**

Cette étude est réalisée en 2022 par AG OUFEN Hamadine encadré par « BELCACEM Karima », pour un grade de master en sociologie de l'organisation et du travail à l'université ABDERRAHMAN MIRA DE BEJAIA, le mémoire intitulé « le rôle des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans le développement du travail au sein de l'entreprise privée Algérienne ».

### **Objet d'étude :**

Cette étude est menée au sein de l'entreprise CEVITAL, dans l'objectif de découvrir le degré d'utilisation des TIC dans l'entreprise privée algérienne, et d'étudier les opportunités offertes par les TIC pour favoriser l'innovation et la créativité dans l'entreprise Algérienne, en final pour examiner l'amélioration qu'apportent les TIC dans l'organisation du travail et la communication au sein de l'entreprise Algérienne.

### **Méthodologie de travail :**

Cette recherche vise à comprendre le rôle des TIC dans le développement du travail au sein de l'entreprise privée algérienne, et c'est pour cela, il a opté pour une approche hypothético-déductive basée sur une combinaison entre la méthode qualitative et quantitative. Pour la technique il a été décidé d'élaborer un instrument d'enquête qui est l'entretien de type semi-directif avec les responsables de deux directions choisis la DSI et celle de DRH, et de préparer un questionnaire de 48 questions.

### **Le résultat de la recherche :**

Pour donner suite aux résultats obtenus au cours de la recherche dans l'entreprise CEVITAL, il a constaté que les TIC sont largement utilisées par le personnel de cette entreprise. Et que malgré la disposition des technologies l'entreprise garde certaines pratiques traditionnelles comme l'affichage sur des tableaux. Et que cevital dispose d'une multitude de types de formations pour préparer son personnel à faire un travail de qualité. Ces résultats

indiquent que les cadres de cevital utilisent diverses techniques dans leurs travaux au sein de l'entreprise.

Il est encourageant de constater que les technologies de communication modernes telles que le téléphone, la messagerie téléphonique, les emails et les courriers électroniques sont largement utilisés.

Les cadres sont à l'aise avec l'utilisation des TIC dans leur travail quotidien.

### **Apport de cette étude a la nôtre :**

Cette étude nous a apporté une grande aide dans le cadre de notre recherche, car elle nous a permis de mieux comprendre l'impact lie a l'utilisation des TIC par les entreprises et les défis auxquels elles font face.

### **La deuxième étude :**

Un mémoire de fin de cycle en science de l'information de la communication promotion 2021\_2022, intitulé « les usages des TIC dans les relations publiques au sein de l'entreprise », réalisé par NACERI OUAZNA, NAIT ATMANE THAMILA, encadré par DAIM-ALLAH WARDA en vue d'obtention du diplôme master à l'université ABDERRAHMAN MIRA DEBEJAIA.

### **Objet d'étude :**

Cette recherche est réalisée au niveau de l'entreprise portuaire Bejaia méditerranéen terminal, dans le but de recueillir le maximum d'information sur l'usage des TIC dans les relations publiques et la qualité des TIC utiliser pour gérer les relations publiques dans l'entreprise portuaire Bejaia, et d'enquêter sur le niveau d'utilisation des TIC dans les entreprises de Bejaia

### **Méthodologie de travail :**

Dans cette étude, elles ont opté pour la méthode qualitative qui s'effectue par la collecte des données et permettre à décrire le phénomène et le rendre facile et possible à réaliser en profondeur, elles ont orienté vers la méthode d'entretien composé de 14 questions ouvertes répartie en 3 chapitres avec l'ensemble des employés des deux services d'acconage et commerciale, qui se compose de 11 employés

**Résultat de recherche :**

Elles ont constaté que la BMT favorise les TIC notamment dans les relations publiques et cela se reflète dans les différents systèmes d'informations telle qu'APC qui ont pour objectif de garder la relation à long terme avec les parties prenantes

**Ses apports pour nous :**

Elle nous a aider pour bien comprendre notre première variable qui est les TIC et qui s'agit de leur variable aussi, en plus elle nous a orienter à choisir l'approche théorique adéquate pour notre recherche.

**La troisième étude antérieure :**

Un mémoire de fin d'étude en filière de : analyse économie et prospective, promotion 2020\_2021, en thématique de « l'importance des TIC dans l'entreprise Algérienne », réalisé par LARACHI KHALED, encadré par Dr GUEDDAL ZINEDDINE, dans le but de l'obtention d'un master académique à l'université ABDELHAMID BEN BADIS\_MOSTAGANEM, faculté des sciences économiques

**Objet d'étude :**

Il a effectué un stage pratique au niveau d'une entreprise EPE Algérie Télécom SPA Mostaganem en vue de montrer l'importance et l'impact de ces technologies qui apporte des nouveautés au sein de l'entreprise Algérienne.

**Méthodologie de travail :**

Réaliser un rapport de stage pour montrer l'impact, les outils, et les effets des technologies de l'information et de la communication en recueillant des informations pendant le stage pratique

**Résultat de recherche :**

Les résultats démontrent que l'impact des TIC est orienté vers le développement de l'activité de l'entreprise afin de se différencier et d'augmenter sa productivité l'appropriation des TIC est aussi infiniment liée avec le niveau d'instruction des employés

**Ses apports pour nous :**



Il nous a aidé à enrichir notre plan de travail par rapport aux TIC.

### **La quatrième étude :**

Un mémoire de master 2 encadré par le Dr GUENFISSI Hayet, intitulé « le rôle des TIC dans l'adoption de la responsabilité sociale des entreprises algériennes (privées) ». Ce mémoire se concentre sur un cas pratique spécifique, à savoir l'entreprise KERNOU ALUMINIUM située à Bejaia. Les auteurs de ce mémoire sont BENAZOUZ Mouhamed et BEKHAT Sami Mustapha.

### **Objet de la recherche :**

L'étude menée au sein de l'entreprise KERNOU ALLUMINIUM à Bejaia vise à explorer et à comprendre le rôle des TIC au sein des entreprises. L'objectif principal est de déterminer comment les TIC influencent les entreprises dans leur quête de responsabilité sociale, ainsi que la transformation du travail engendrée par l'utilisation de ces technologies.

### **Méthodologie de la recherche :**

Cette recherche vise à comprendre le rôle des TIC dans l'adoption de la responsabilité sociale, et c'est pour cela, la méthode qualitative est la plus adéquate. Pour la technique ils ont décidé d'élaborer un instrument d'enquête qui est l'entretien de type semi directif.

### **Le résultat de la recherche :**

Pour donner suite aux résultats obtenus au cours de la recherche dans l'entreprise KERNOU ALLUMINIUM, ils ont constaté que les TIC ont une relation directe avec la responsabilité sociale de l'entreprise, le fait de travailler avec les TIC, les tâches seront moins coûteuses et les relations avec les partenaires deviennent de plus en plus souples.

### **Apport de cette étude à la nôtre :**

Cette étude a joué un rôle crucial dans notre recherche pratique, en particulier en renforçant nos résultats d'analyse des données empiriques

## **Section 2 : Démarche méthodologique**

### **1. La méthode utilisée :**

Selon Mathieu GUIDERE, « la méthode désigne l'ensemble des démarches que suit l'esprit humain pour découvrir de démontrer un fait scientifique. S'interroger sur la méthode, c'est s'interroger sur la voie (odos en grec) suivie pour mener à bien une recherche. »<sup>22</sup>

Pour Maurice ANGERS, la méthode peut se définir comme « l'ensemble des procédures, des démarches précises adoptées pour en arriver à un résultat ».<sup>23</sup>

Toute étude et recherche nécessite le choix d'une méthode adéquate à la nature de la recherche afin de recueillir des informations fiables, nous avons été amenés à recourir à la méthode qualitative qui s'effectue par la collecte des données qui est selon Maurice ANGERS « c'est le traitement des données qualitatives produits des résultats tels que les regroupements par dimension, par cas, par thème ou par type. L'analyse consiste à examiner attentivement ces résultats afin de découvrir les observations qui renseignent plus précisément sur l'hypothèse où l'objectif de la recherche »<sup>24</sup>

Etant donné que notre étude a pour objectif de définir, d'écrire et d'analyser en détail les aspects subjectifs et contextuels de l'apport de l'intégration des TIC sur la performance interne de l'entreprise. Nous avons opté pour la méthode qualitative pour obtenir une compréhension plus approfondie du sujet étudié, car elle rend notre phénomène de recherche possible et facile à réaliser en profondeur.

En optant pour la méthode qualitative pour examiner l'intégration des TIC par les entreprises, elle nous donne la possibilité de saisir en profondeur un phénomène complexe et multidimensionnel. Cette approche nous permet de collecter des données riches et détaillées, d'explorer les perceptions et les expériences des divers acteurs, de prendre en considération le contexte organisationnel, et de développer de nouvelles théories et cadres conceptuels. La flexibilité et l'adaptabilité de la méthode qualitative constituent également des atouts majeurs pour une recherche dynamique et évolutive comme celle-ci.

## **2. Les techniques utilisées :**

Pour répondre aux besoins de notre recherche, nous avons employé l'entretien, la plus appropriés à la méthode qualitative permettant de se mettre en contact direct avec

---

<sup>22</sup>MATHIEU G, méthodologie de la recherche, éd. Ellipses, Paris, 2004, p04

<sup>23</sup> MAURICE A, initiation pratique a la méthodologie de la recherche, éd, casbah, 1997, p228

<sup>24</sup> MAURICE, A, Op.cit. p 167

l'interlocuteur pour pouvoir analyser non seulement ses réponses, mais aussi ses faits et gestes. L'entretien nous a permis de recueillir un maximum de données nécessaires.

L'entretien nous facilite la collecte des données, et avoir le maximum d'informations possibles qui nous serviront dans l'infirmité ou la confirmation des hypothèses. L'entretien selon Maurice Angers : « l'entretien met en face à face un enquêteur et un enquêté »

Dans notre enquête de terrain nous avons opté pour un entretien semi-directif à l'aide d'un guide d'entretien, Selon RAYMOND QUIVY « *l'entretien semi directif, ou semi dirige, est certainement le plus utilisé en recherche sociale. Il est semi-directif, en ce sens qu'il n'est ni entièrement ouvert, ni canalise par un grand nombre de questions précises* »<sup>25</sup>.

L'entretien semi-directif favorise un climat de confiance entre le chercheur et le participant, ce qui encourage une participation ouverte et honnête. Les participants sont plus susceptibles de partager leurs expériences et leurs opinions de manière franche, ce qui enrichit les données recueillies.

Le semi-directif nous permet d'explorer en profondeur les opinions, les expériences et les perceptions des participants. Cela est crucial pour comprendre les motivations, les défis et les opportunités liés à l'intégration des TIC dans un contexte organisationnel.

En somme, la méthode semi-directive de collecte de données offre une combinaison équilibrée de structure et de flexibilité, ce qui la rend particulièrement appropriée pour explorer en profondeur l'intégration des TIC par les entreprises tout en permettant une adaptation aux spécificités des participants et des contextes organisationnels.

Notre guide d'entretien contient un certain nombre de questions (23) partagées en trois (03) axes comme suit :

Axe N°I : Informations relatives aux personnes enquêtées

Axe N°II : Les capacités actuelles de l'entreprise CEVITAL en matière des TIC.

Axe N°III : Les TIC ont un impact positif sur l'entreprise CEVITAL et apportent des améliorations considérables à sa performance organisationnelle.

### **3. Le choix de l'échantillon la méthode d'échantillonnage**

---

<sup>25</sup>RAYMOND Quivy, VANCAMPENHOUDTLuc, « Manuel de recherche en science sociale », 3eme Edition, Paris page 195

### **A- Le choix de l'échantillon**

Un échantillon est un groupe relativement petit et choisi scientifiquement de manière à représenter le plus fidèlement possible une population (Savard, 1978, Chap. 1)<sup>26</sup>, Ainsi, au lieu d'examiner l'ensemble de la population, on étudie une partie ou un sous-ensemble de cette population qui est représentatif et à partir duquel on peut tirer des conclusions pour l'ensemble de cette population. La statistique inférentielle permet, à l'aide des probabilités, de généraliser les conclusions issues d'un échantillon pour l'ensemble de la population avec un certain degré de certitude (Spiegel, 1974, Chap. 1)<sup>27</sup>

Dans le cadre de notre étude, nous avons sélectionné la Direction des Ressources Humaines (DRH), la direction des systèmes d'informatique (SI), direction marketing et direction commercial.

### **B- la méthode d'échantillonnage**

L'échantillonnage (ou sampling en anglais) est le processus de sélection d'un groupe d'individus qui va être interrogé dans le cadre d'une étude et qui symbolise une population de référence. Il permet de mener des enquêtes à grand échelle en utilisant un échantillon de la population pour remplacer l'ensemble<sup>28</sup>.

Il existe plusieurs méthodes pour réaliser cette opération, cependant, compte tenu de l'objet et de l'objectif de notre recherche, nous sommes contraints d'adopter une méthode d'échantillonnage non probabiliste de type typique.

L'utilisation d'échantillons non probabilistes et d'un échantillonnage de type typique dans mon étude sur l'intégration des TIC par les entreprises trouve sa justification dans plusieurs aspects propres à ce domaine de recherche.

Dans bien des cas, les populations cibles pour ce type d'étude peuvent être difficiles à atteindre de manière aléatoire en raison de contraintes logistiques ou de confidentialité. Par conséquent, il peut être plus pratique d'utiliser un échantillonnage non probabiliste pour sélectionner des participants qui sont facilement accessibles et représentatifs de la population d'intérêt.

---

<sup>26</sup> SAVARD (J.G.), 1978, Statistiques, Montréal, éd. HRW, « traduit et adapté de Gilbert », page384

<sup>27</sup> SPIEGEL (M.R.), 1974, « Théorie et applications de la statistique », Edi science

<sup>28</sup>Gestion-de-l-expérience/étude-marche/methode-echantillonnage <https://www.qualtrics.com/fr/>

En somme, le recours à un échantillonnage non probabiliste et à un échantillonnage de type typique dans mon étude est justifié par des considérations de praticité, de représentativité, de flexibilité et de pertinence par rapport aux objectifs de recherche spécifiques.

Notre échantillon est typique en fonction des critères suivants : Notre échantillon compte des membres de la population des différents services de l'entreprise qui sont 6 cadres professionnelles. Responsable SI, Conseiller du DG, Responsable au niveau de CEVITAL, Chef commercial, Responsable marketing et Directeur SI.

#### **4.La pré-enquête :**

Il considère comme une étape très importante dans notre recherche, car elle nous a permis de mieux connaître le terrain. Cette pré-enquête s'est déroulée au sein de l'entreprise privée CEITAL, afin de recueillir plus d'information sur le sujet à traiter.

Selon GRAVEL « le but de la pré-enquête est tout d'abord de vérifier sur le terrain si l'instrument élaboré est d'une part, suffisant, d'autre part, correct pour recueillir les données dont on a besoin. On vérifie donc si les questions sont comprises dans le sens où elles ont été élaborées »<sup>29</sup>. Cette étape nous a permis aussi de mieux cerner la problématique, dégager les hypothèses et fixer les objectifs. À travers la collecte des données sur l'entreprise, ses différents services et départements. Cette pré-enquête a été effectuée du 4 mars au 17 mars 2024.

#### **5.L'approche théorique adoptée**

Everett Rogers, était un sociologue statisticien américain, connu pour sa théorie de la diffusion de l'innovation, énoncée dans l'ouvrage "diffusion of innovation" publié en 1962. Il a étudié comment les nouvelles idées et technologies se propagent dans la société. Son domaine a eu une influence significative sur le marketing, la sociologie et la communication.

Pour Everett Rogers ; la diffusion de l'innovation est « le processus par lequel une innovation est communiquée, à travers certains canaux, dans la durée, parmi les membres d'un système social ».

---

<sup>29</sup> Gravel Robert « Guide méthodologique de la recherche », PUQ, Québec, 1978, P20

La théorie de la diffusion de l'innovation, proposée en 1962 par Everett Rogers, est un cadre conceptuel qui explique comment une innovation technologique évolue du stade d'invention à celui d'utilisation élargie. Selon Rogers, cinq éléments déterminent l'adoption ou la diffusion d'une nouvelle technologie : avantages, compatibilité avec les croyances et les normes, faible complexité, possibilité de tester l'innovation, et un fort degré d'observabilité. Des études ont montré que la combinaison de ces caractéristiques augmente les chances d'adoption. Moore et Benbasat ont enrichi ce modèle en ajoutant le concept d'image et en distinguant deux dimensions de l'observabilité. Le volontarisme, les normes sociales, et ces caractéristiques sont les éléments clés influençant l'adoption. La théorie de la diffusion des innovations se concentre sur la manière dont les innovations se diffusent parmi les utilisateurs, en décomposant le processus en phases d'adoption par les individus<sup>30</sup>.

Le processus d'adoption de l'innovation par ses utilisateurs est composé de 5 phases qui commencent par la connaissance :

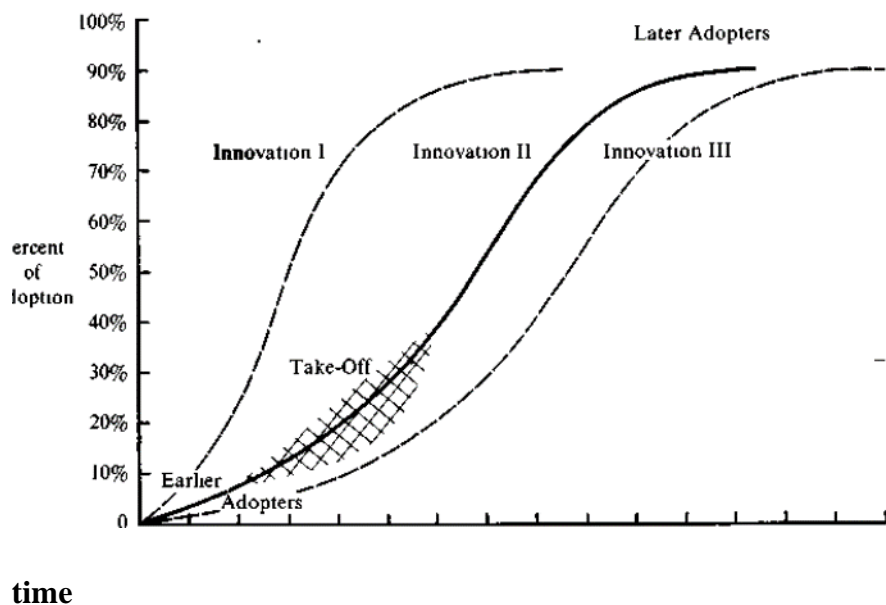
- La connaissance : l'individu est exposé à l'innovation, il réagit en fonction de son profil personnel et du système social dans lequel il évolue ;
- La PERSUASION : c'est l'étape cruciale du modèle de E. Rogers, celle où l'individu amorce une prise de position au sujet de l'innovation, il réagit ici en fonction de cinq grandes caractéristiques de l'innovation
- La décision : l'individu s'engage dans des activités d'utilisation/évaluation, lui permettant d'adopter ou de rejeter l'innovation ;
- L'implantation : où l'individu a besoin d'assistance pour réduire les incertitudes sur les conséquences ;
- La confirmation : l'individu tente d'obtenir des informations venant a posteriori, renforcer son choix

### **Les catégories de la courbe S :**

Le taux d'adoption de l'innovation par les usagers est classé en cinq catégories dans le temps : les innovateurs, les premiers utilisateurs, la première majorité, la seconde majorité et les retardataires.

---

<sup>30</sup>EVERETTE, R. (1983). « Diffusion of innovation » (third edition, 303.484). The Free Press, 14

**Figure 1: le processus d'adoption de l'innovation par ses utilisateurs**

**Source:** Everett, R. (1983). Diffusion of innovation (third edition, 303.484). The Free Press, 11

Alors, nous avons adopté la théorie de la diffusion de l'innovation dans notre recherche, afin d'étudier les technologies de l'information et de la communication en tant qu'innovation et comprendre comment elles sont diffusées et communiquées entre les employés au sein de l'entreprise, et découvrir comment ces derniers ont adoptés à l'utilisation des TIC en analysant les facteurs de leurs influence, leurs caractéristiques (la rapidité, la croissance, la puissance..), les outils de diffusion tel que ; les réseaux sociaux, internet, intranet.... Et comprendre comment les TIC influence les entreprises utilisatrices comme les conditions de travail et la structure organisationnelle.

# **Chapitre II**

**Histoire et évolution des  
technologies de l'information et de la  
communication (TIC)**



## **Chapitre 2 : Histoire et évolution des technologies de l'information et de la communication (TIC).**

### **Section 01 : Généralités sur les technologies de l'information et de la communication (TIC) :**

#### **1. Historique des TIC**

D'abord, la notion des TIC a fait son apparition par le développement et la coexistence de trois domaines techniques : les télécommunications, l'audiovisuel et l'informatique, puis par leur réunion qui débouche sur « l'ère multimédia ». Au fur et à mesure du développement de ces trois domaines techniques et de leur imbrication croissante, une panoplie de services de plus en plus diversifiée et complexe est offerte, Avec la numérisation de l'information issue du domaine de l'informatique, nous assistons à une véritable révolution dans le domaine des communications, surtout quand elle s'est étendue aux télécommunications et à l'audiovisuel. Dès lors le traitement de l'information est devenu identique, quelle que soit sa nature. Autrement dit, c'est uniquement son codage final et sa transformation par les « terminaux » appropriés (ordinateur, téléphone mobile, poste de télévision, etc.) qui rendent à l'information toute sa nature première. Ici le contact entre l'émetteur et le récepteur est établi grâce à des médias qui transmettent une ou plusieurs formes d'informations qui peuvent se présenter sous plusieurs formes : textuelles, son, image animée, etc. Associée au fait que les technologies sous – jacentes au numérique permettent de traiter, de plus en plus, une quantité croissante d'informations. Ainsi, le foisonnement technologique sans pareil assisté dans l'informatique, les télécommunications et l'audiovisuel, induit de nouvelles techniques et de nouveaux concepts qui sont pour une grande partie établis. Les secteurs de l'économie changent de visage, se rapprochent, dans un foisonnement transversal caractérisé d'applications innovantes dans les domaines les plus divers. C'est sans doute à cet égard que P,Feiffer(1999) estime que cette convergence de technologies et d'équipements vers des services nouveaux destinée à tous les publics définit le secteur dit Technologies de l'information et de la Communication (TIC) utilisées aussi bien personnes physiques et morales.<sup>31</sup>

- Le développement des technologies de l'information et de la communication a pris plusieurs périodes historiques :

---

<sup>31</sup> NWAMEN, F. (2006). « Impact des technologies de l'information et de la communication sur performance commerciale des entreprises ». La revue des sciences de gestion, (218), Page 111-121

- Année 60 : automatisation des processus administratifs (comptabilité, paie, gestion des stocks, facturation)
- Année 70 : automatisation des processus de production (robotique et productique)
- Année 80 : automatisation du travail des bureaux (micro-ordinateur, et bureautique)
- Année 90 : mise réseau des système informatiques et des micro-ordinateurs professionnels, développement des systèmes d'échange de données informatisés (EDI)
- A partir de 2000 : automatisation des échanges (commerce électronique) avec l'explosion d'internet, téléphone mobile, les micro-ordinateurs portables

Parmi l'ensemble des TIC, la technologie phare qui a été le moteur de cette révolution numérique est incontestablement INTERNET<sup>32</sup>

### **2. Notions des TIC :**

#### **2.1 L'information :**

Selon de dictionnaire Larousse : l'information est l'action d'informer quelqu'un, un groupe, de le tenir au courant des événements, ainsi que comme toute indication, renseignement ou précision sur quelque chose. Elle inclut également les nouvelles communiquées par les médias et la mesure de la diversité des choix dans un répertoire de messages possibles.<sup>33</sup>

#### **2.2 La communication :**

C'est le fait de communiquer, d'établir une relation avec quelqu'un, ensemble des techniques médiatiques d'information et de publicité ce qui permet de communiquer dans l'espace : passage, moyens de communication, transport.<sup>34</sup>

##### **A. Le processus de la communication :**

Le processus de la communication se compose principalement de 4 composants :

- L'émetteur : encoder et transmettre le message

---

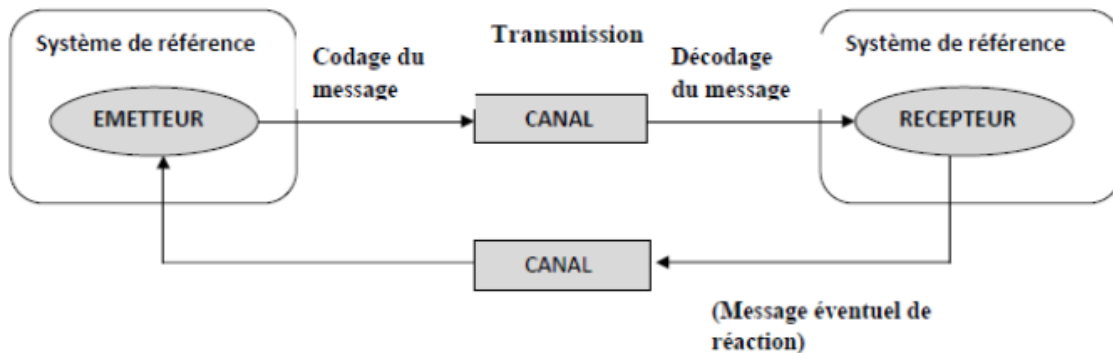
<sup>32</sup>BELKHIRI, A. les enjeux des NTIC pour les entreprises algériennes. La revue des sciences commerciales, 38

<sup>33</sup>Larousse. (2010). Information. Dans le dictionnaire Larousse. P 427

<sup>34</sup> ROBERT. (2011). « Dictionnaire français ». P 82

- Le récepteur : décoder et interpréter l'information
- Le canal : le moyen de la transmission de l'information
- Réaction (feedback) : retour du récepteur

**Figure 2:** le processus de la communication



**Source :** Robert REIX. (2005). Système d'information et management des organisations, (5<sup>ème</sup> édition), p.190.

### **B. Les domaines de la communication :**

- **La communication B to B (business to business) :**

C'est une communication, industriel à industriel. Elle peut emprunter les voies de la communication produit ou de la communication corporatif.

- **La communication financière :**

La communication financière définit l'ensemble des opérations de communication visant en premier lieu à répondre aux obligations légales ou réglementaires des entreprises cotées en matière d'information financière (rapport annuel, rapport financier semestriel et trimestriel, rapport développement durable).

De plus en plus, elle inclut une information de nature plus stratégique (ex. : orientations stratégiques, produits et services de l'entreprise, avantage concurrentiel, éléments sur le capital humain) afin de contribuer à la valorisation financière de l'entreprise.

- **La communication d'influence :**

Appelé aussi lobbying ou affaires publiques, elle cherche à faire une pression sur un décideur afin d'influer sur une décision.

- **La communication institutionnelle :**

Elle vise essentiellement le grand public mais peut s'adresser à des cibles particulières (B to B) ou s'intégrer dans une démarche de lobbying, elle est destinée à améliorer l'image de l'entreprise.

- **La communication de crise :**

Elle concerne plus seulement la communication autour du risque industriel majeur mais tout type de crise et ce dans l'ensemble des secteurs d'activité quelle que soit la taille ou le statut de l'entreprise.

- **La communication de recrutement :**

Concerne le public de jeunes diplômés potentiels ou réels. Elle utilise également une panoplie d'outils de relations publiques : forums, sponsoring, amphi-retapes. Internet est désormais devenu un outil central de cette communication.

- **La communication publique :**

Elle concerne les activités des institutions et organisations. Elle représente une part importante du marché globale de la communication. Elle couvre les domaines larges comme celui de la communication politique, gouvernementales, des institutions publiques et parapubliques, et communication des territoires.

- **La communication produit :**

Il s'agit de la communication marketing destinée au consommateur dans un objectif de vente du produit. Le public est parfaitement délimité et le message unique.<sup>35</sup>

## **C. Les formes et supports de la communication :**

### **I/ La communication interne :**

Elle englobe l'ensemble des actes de communication qui se produisent à l'intérieur d'une organisation, ses modalités varient d'une entreprise à l'autres, chacune à ses habitudes

---

<sup>35</sup> Libaert, T. Westphalen, M-H. (2012). « Toute la communication d'entreprise » (6<sup>ème</sup> édition). Dunod (22-30)

Elle a pour but de transmettre et d'échanger les informations entre les membres d'une même entreprise

### **Les chemins de communications interne :**

#### **a. La communication descendante :**

Les messages sont issus d'un certain niveau hiérarchique et sont destinés aux échelons inférieurs, elle est utilisée pour former, informer et diriger le personnel

#### **b. La communication ascendante :**

Elle part du bas et remonte la hiérarchie, elle est tardivement reconnue, difficilement maîtrisée, et redoutée par les chefs d'entreprise

#### **c. La communication horizontale :**

C'est échange d'égal à égal, entre différent secteurs, services ou département de même niveau hiérarchique.<sup>36</sup>

### **D. Les modes de la communication**

#### **1.la communication interne**

##### **Ecrit :**

Le moyen le plus classique, le moins coûteux, possible à consulter à tout moment et les informations sont parfaitement conservés.

Ses supports : la note de service, le rapport écrit, le tableau d'affichage, les boîtes à idées, les sondages et questions ouvertes, et le flash d'information

##### **L'oral :**

Parler est le moyen d'échange le plus naturel, le plus immédiat qui se fait de manière formelle et informelle

Ses supports : le téléphone, le journal téléphoné, la radio d'entreprise, la réunion par téléphone

##### **L'audiovisuel :**

---

<sup>36</sup> Libaert, T. Westphalen, M-H. (2012). Toute la communication d'entreprise (6<sup>ème</sup> édition). Dunod (229)

Il permet une communication efficace, et agréable pour les spectateurs et auditeurs, une bonne transformation de l'information, compréhension et mémorisation aisées

Ses supports : film, diaporama, vidéo, vidéoconférence

### **Intranet :**

C'est un réseau privé de l'entreprise en utilisant les technologies et l'internet en mais en circuit privé. Il permet la diffusion et le partage de textes, images et sons, entre les différents membres d'un groupe, quel que soit l'endroit où ils se trouvent

Ses supports : les courriers électroniques, les liens hypertextes, et les moteurs de recherches.<sup>37</sup>

## **2.La communication externe :**

Est l'action d'émission, de transmission, et de réception des informations entre l'entreprise et son environnement extérieur (sa cible), ce dernier représente : les clients, les fournisseurs, les actionnaires, les investisseurs institutionnels, les banques et les journalistes<sup>38</sup>

### **Les techniques de la communication externe :**

- **Le site internet de l'entreprise**

Le premier support de communication externe est tout simplement votre site internet. Il est idéal, car il ne présente pas de surcoût budgétaire. Il peut être utilisé aussi bien pour diffuser des actualités via un blog que pour présenter votre entreprise, ses valeurs ou ses produits et services

- **Les réseaux sociaux**

Les réseaux sociaux sont des canaux de communication indispensables elle se révèlent très polyvalentes et offrent la possibilité d'adresser une communication tournée vers vos clients, vos partenaires, des investisseurs ou les actionnaires

- **Les évènements**

Lors d'un salon professionnel, conférence en ligne lancement d'un nouveau produit, anniversaire de l'entreprise

---

<sup>37</sup> Libaert, T. Westphalen, M-H. (2012). Toute la communication d'entreprise (6<sup>ème</sup> édition). Dunod (243)

<sup>38</sup>Libaert, T. Westphalen, M-H. (2012). Toute la communication d'entreprise (6<sup>ème</sup> édition). Dunod (13)

- **Les campagnes publicitaires**

Elles permettent en effet d'occuper médiatiquement le terrain de manière rapide et efficace. Les prospects peuvent être attirés par une communication originale, amusante ou étonnante. Le canal varie alors selon l'audience cible de l'entreprise

- **Les cartes de visite et plaquettes commerciales**

Les cartes de visite distribuées lors de différents événements sont ainsi très intéressantes pour atteindre une cible professionnelle. Les plaquettes commerciales quant à elles sont performantes lorsqu'elles sont disposées dans un point de vente, un salon ou un lieu public.<sup>39</sup>

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

Pour Charpentier (1997), les technologies de l'information « regroupent les techniques permettant de collecter, stocker, traiter et transmettre des informations ; elles sont fondées sur le principe de base du codage électronique de l'information ». <sup>40</sup>

- **Les filières de l'industrie et service du secteur des TIC :**

- ✓ **La filière informatique :** (ordinateur, matériel de réseau, périphérique, logiciel, service)
- ✓ **La filière des télécommunications :** (équipement de transmission, de commutation, relais, terminaux, câble et fibre optique)
- ✓ **La filière électronique :** (composants, circuit électronique, carte à puce, équipement électronique grand public, instrument de mesure et de contrôle)<sup>41</sup>

### **3. Les caractéristiques des TIC :**

**La vitesse :** les outils électroniques automatisent les processus de traitement de données avec des performances de vitesse sans aucune commune mesure avec celles d'un opérateur

---

<sup>39</sup>L'équipe SLACK (2023, 6 avril). « Outil de communication externe pour nouer des relations avec des entreprises extérieures ». Slack. Consulté le 26 avril 2024 sur <https://slack.com/intl/fr-fr/blog/collaboration/outil-de-communication-externe>

<sup>40</sup> CHARPENTIER, P. « Organisation et gestion de l'entreprise », édition Nathan, 1997, Page 133.

<sup>41</sup> BLKHIRI, A. « les enjeux des NTIC pour les entreprises algériennes ». La revue des sciences commerciales, Page 37

humain. Cela permet d'effectuer des calculs extrêmement lourds dans des intervalles de temps très brefs.

**La compression du temps et de l'espace :** internet permet de transmettre des messages de manière quasi instantanée entre des ordinateurs distants.

**La mémorisation :** les progrès continus dans les supports de stockage permettent aujourd'hui à l'utilisateur potentiel d'accéder sans difficultés à une quantité de connaissances stockées pratiquement illimitée.

**La connectivité :** la présence de plusieurs outils éventuellement compatibles accroît les possibilités d'action de chaque utilisateur qui peut ainsi jouer la complémentarité ou la substitution entre les différentes techniques.

**La flexibilité d'usage :** les outils électroniques de traitement de données possèdent un large éventail d'utilisations potentielles.

**L'efficacité :** grâce aux TIC les utilisateurs peuvent communiquer, transmettre et recevoir des informations efficacement

**La mobilité :** tout le monde est désormais pouvoir bénéficier des services des TIC n'importe où.<sup>42</sup>

## Section 02 : Rôles et Caractéristique des TIC

### 1. Les outils des TIC :

#### 1.1 L'informatique :

L'informatique est la science (elle obéit à des lois et à des règles bien définies) du traitement rationnel (fondée sur la raison, conforme au bon sens, qualifiée de logique) de l'information à l'aide de machines automatiques. Les machines automatiques dont traite la définition sont les ordinateurs.

#### 1-2 Les ordinateurs :

---

<sup>42</sup> MONINO, J-L ET SEDKAOUI, S. (2013), « les TIC un outil indispensable pour une démarche d'intelligence économique. Marché et organisation », (18), Page 173-188.



Un ordinateur est une machine automatique de traitement de l'information obéissant à des programmes formés par des suites d'opérations arithmétiques et logiques.

### 1-3 Les programmes ou les logiciels :

Le fonctionnement automatique de l'ordinateur provient de l'exécution d'un ensemble d'instructions, regroupées dans des programmes. Un programme doit être écrit dans un langage compréhensible par l'ordinateur lui dictant ce qu'il faut faire pour résoudre tel ou tel problème. L'ensemble des programmes constituent les logiciels de l'ordinateur et sont répartis en deux grandes catégories :

- **Les logiciels système ou systèmes d'exploitation :** Un système d'exploitation (SE) ou Operating System (OS) est un logiciel qui dans un appareil électronique, pilote les dispositifs matériels et reçoit des instructions de l'utilisateur et des autres logiciels (logiciels d'application). Le SE tourne en permanence sur la machine et la contrôle depuis son démarrage (boot) et tant que celle-ci est allumée.

Les systèmes d'exploitation les plus connus sont : MS-DOS, Windows, Mac OS, Unix et Linux.

- **Logiciels d'application :** Les logiciels d'application sont des programmes élaborés afin de répondre à des besoins spécifiques d'application, on les regroupe souvent de la façon suivante : les langages de programmation (Java, langage C, visuel Basic, etc.), les logiciels de bureautique (traitement de texte, tableur), les logiciels de retouche (retouches ou création d'images, vidéo, audio), les logiciels multimédia (lecture vidéo ou audio), les logiciels de gestion base de données (Access, Oracle), les logiciels métier (gestion d'un cabinet, d'une pharmacie, etc.), les jeux, etc.

### 1.4 Les réseaux de télécommunications :

Un réseau de télécommunications est composé de liaisons de télécommunication (filaire ou sans fil) interconnectés par des nœuds (commutateur, routeur, etc.) afin de permettre le transfert de bout à bout des messages dans le réseau. Ces réseaux qui couvrent aujourd'hui le monde entier par des liens filaires, hertziens et satellitaires permettent de se débarrasser des contraintes d'espace et du temps. Les réseaux de télécommunication les plus connus sont :

- **Le réseau de télévision ou radio** : Ce réseau est destiné à la distribution de programmes télévisés ou radio.
- **Le réseau informatique** : Ce réseau relie un ensemble d'équipements (PC) dans le but d'échanger des informations.
- **Le réseau Internet** : Internet est un réseau utilisant un ensemble standardisé de protocoles de transfert de données pour l'interconnexion des réseaux à l'échelle mondiale. Le réseau Internet est rendu public grâce au Web, alors que ce dernier n'est qu'une des applications fonctionnant sur Internet.
- **Le réseau mobile terrestre public (en anglais Public Land Mobile Network ou PLMN)** : Il s'agit d'un réseau de télécommunications qui permet à ses utilisateurs d'accéder à différents services : téléphonie, messagerie, transmissions de données, etc. à partir de terminaux portatifs mobiles (téléphones portables).

## 2. Les avantages et les limites des TIC

### 2.1 Avantage des TIC :

L'investissement dans les TIC est l'un des principaux facteurs de la compétitivité d'une entreprise. En effet, un tel investissement peut procurer plusieurs avantages aux entreprises<sup>43</sup> :

➤ **Au niveau du système d'information :**

- Réutilisation du travail, donc hausse de la productivité et baisse des coûts ;
- Délocalisation de tout ou partie du travail sur des sites socioéconomiques plus favorables ;
- Meilleure connaissance de l'environnement, réactivité plus forte face à cet environnement ;
- Amélioration de l'efficacité de la prise de décision permise par une vieille stratégie plus performante.

➤ **Au niveau organisationnel et fonctionnel (organisation de l'entreprise et de la gestion des ressources humaines) :**

- Organisation moins hiérarchisée ;
- Partage d'information ;

---

<sup>43</sup><http://www.guidepme.com/Limites-des-NTIC> .

- Meilleure gestion des ressources humaines (recrutement, gestion des carrières plus facile, etc.).

➤ **Au niveau commercial :**

- Extension du marché (commerce électronique) ;
- Baisse des coûts d'approvisionnement ;
- Prestation meilleure desservies et réponse immédiate aux besoins des consommateurs ;
- Diffusion de l'image de marque de l'entreprise (entreprise innovante) ;
- Meilleure connaissance de la clientèle.

### **2.2 Limite des TIC :**

L'utilisation des TIC est très utile pour l'entreprise pour rationaliser les processus de travail. Cependant, des risques peuvent se présenter (perte des données, vol des informations, etc.). Dans ce contexte, l'entreprise doit évaluer la rentabilité des TIC avant d'investir pour leur usage. Car cet investissement exige des dépenses supplémentaires pour l'achat du matériel, son administration, sa mise en œuvre et sa maintenance. De plus, des dépenses pour la formation du personnel avec une résistance de ce dernier pour le changement des coutumes de travail et à la modification des structures organisationnelles.

# **Chapitre III**

## **Intégration des TIC au sein des entreprises**

## **Chapitre 3 : Intégration des TIC au sein des entreprises**

### **Section 01 : Les technologies de l'information et de la communication au sein de l'entreprise**

#### **1-Dualisme information / communication**

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

###### **A.1 L'information dans l'entreprise**

Avec l'internalisation des marchés, l'entreprise doit s'adapter, si possible anticiper, parfois influencer, en tout cas réagir avec agilité. Pour y parvenir dans de bonnes conditions, les gestionnaires d'entreprises ont besoin de l'information appropriée, au moment opportun, pour la prise de décision. La place centrale qu'occupe l'information dans le processus de prise de décision n'est plus à démontrer. Cette idée de prépondérance de l'information a été soulignée, il y a déjà plus d'une quarantaine d'années, par Le Moigne (1973, 1974) au point qu'il attire l'attention sur la confusion souvent faite entre l'information et la décision. Selon l'auteur, information et décision sont reliées mais ne sont pas confondues.

En faveur des progrès réalisés en technologies de l'information (logiciels, bases de données), les entreprises peuvent aujourd'hui recueillir, traiter, stocker et diffuser de gros volumes d'information, et toutes ces opérations s'effectuent de plus en plus rapidement et à un coût raisonnable. Mais, si l'information n'est plus, comme dans le passé, une ressource rare. C'est son organisation dans une base de données décisionnelle qui permet son analyse et son exploitation à des fins de prise de décisions.<sup>44</sup>

Dans l'usage courant, les termes « donnée » et « information » sont souvent considérés comme des synonymes. Cependant, lorsqu'on recherche la précision, il apparaît que la donnée ne devient une information que lorsqu'elle est reçue par un être humain qui l'interprète. Une information est une donnée observée par un acteur. L'observation implique la comparaison à d'autres données pour qu'il y ait interprétation. Passer du rang de donnée à celui d'information suppose que la connaissance de la donnée contribue à l'action de celui qui l'observe. Les données (mots, nombres, images, sons, etc.) constituent donc la matière

---

<sup>44</sup>AMABILE, S. et CARONE-FASAN, M. 2002, « Contribution à une ingénierie des systèmes d'information orientée complexité », In Faire la recherche en systèmes d'information, Vuibert, Paris, page 67-78.

première de l'information par un processus d'interprétation qui leur attribue de la signification et du sens.

L'information a aussi une valeur, car elle permet de choisir, de prendre des décisions et d'agir. Sa valeur est ainsi liée à son emploi dans le contexte de prise de décisions. Ainsi pour March (1991), l'information donne son sens à une situation de décision et modifie donc à la fois la structure des options et les préférences recherchées.<sup>45</sup>

## A.2 Les sources de l'information dans l'entreprise

Pour collecter de l'information, il faut des sources et capteurs d'information. L'analyste doit être en mesure de sélectionner et gérer ce dispositif sociotechnique. Une bonne connaissance de l'écosystème informationnel est nécessaire lui permettra de définir des objectifs de recherche en utilisant les sources et capteurs les mieux adaptés. Ces sources sont souvent multiples :

### a) Les sources formelles et informelles

La collecte d'information, en rapport avec les axes stratégiques définis, passe par une identification des sources formelles et informelles d'information pertinentes.

- **Les sources formelles :** Les sources formelles sont par exemple la presse générale et spécialisée, la télévision, la radio, les livres, les études et statistiques publiques, les banques et les bases de données, et les informations légales.
- **Les sources informelles :** Les sources informelles font référence aux salons et aux foires, aux congrès et aux colloques, aux réunions, aux discussions diverses, aux enquêtes de satisfaction, aux blogs et aux sites personnels.<sup>46</sup>

### b) Les sources internes et externes

- **Les sources internes :** elles sont fournies par l'annonceur via des tableaux de bord sur les données commerciales, sur la concurrence, sur de nouveaux produits à venir, etc. Les sources utiles et variées peuvent provenir des réseaux sociaux, des remontées du service après-vente, de comptes rendus de réunions, etc. L'agence elle-même dispose

---

<sup>45</sup> GERARD Tchouassi, 2017, « Les besoins en informations dans les entreprises » Dans Revue Congolaise de Gestion (Numéro 24), pages 82.

<sup>46</sup> Revue-congolaise-de-gestion-2017-2-page-63 <https://www.cairn.info/>. Consulté les 20/03/2024

d'une multitude de données collectées sur différents secteurs d'activités, des benchmarks, des cahiers de tendances, des archives sur les publicités.

- **Les sources externes :** Une source externe est une source extérieure à l'établissement, souvent disponible sur internet.<sup>47</sup>

### A.3 Les chemins de l'information au sein de l'entreprise

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

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

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

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

Dans les petites structures, cette forme de communication se fait automatiquement, chaque employé connaît l'autre et peut communiquer avec lui facilement. Les occasions de rencontres et de dialogues sont très fréquentes. La communication horizontale regroupe un ensemble de moyens tel que les rencontres de réflexion du travail, affichages, notes d'information, journal interne, pauses déjeuner)<sup>48</sup>

- **Voix descendante ou hiérarchique :** Elle s'adresse à l'ensemble des salariés. Elle part du haut de la pyramide hiérarchique vers les employés et les ouvriers.

---

<sup>47</sup> La boîte à outils de la Publicité, (2023), Fiche 05 : Les sources d'information <https://www.e-marketing.fr/> consulté le 24/02/2024

<sup>48</sup> LOUANAS, B., EKHLEF, A., (2014/2015), « L'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur l'entreprise algérienne », Mémoire de fin de cycle, université de Bejaia.

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

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

- **Voix ascendante** : Elle part des salariés pour remonter vers la hiérarchie ou la direction. C'est la communication dite du « bas vers haut ». Elle peut être provoquée et organisée par les syndicats comme elle peut être spontanée. La « communication ascendante » permet de vérifier et de détecter d'éventuelles anomalies en matière de communication interne dans l'entreprise et faire remonter par la suite à la direction les réclamations et les attentes des salariés à travers un dialogue et une écoute active. Ce type de communication peut passer par les formes de dialogue, de boîte à idée, de journal syndical, des sondages ...etc.<sup>49</sup>

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

### **B.1 L'histoire de la communication organisationnelle**

En 1973, une nouvelle division dédiée uniquement à la communication organisationnelle est créée au sein de la prestigieuse association qu'est l'Academy Of Management. Peu de temps après sont rédigés les textes fondateurs offrant une introduction systématique à la communication organisationnelle. En 1976, l'éditeur Sage publie une recension exhaustive annuelle de rapports de recherches menées dans le domaine de la communication organisationnelle, recension intitulée *organisationnel communication : Abstracts, Analysis and Overview*. Les programmes de recherche et d'enseignement se multiplient dans les universités nord-américaines, surtout parce que plusieurs nouvelles universités offrent pour la première fois des programmes dans le domaine.<sup>50</sup>

---

<sup>49</sup>LOUANAS, B., EKHLEF, A., (2014/2015), « L'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur l'entreprise algérienne », Mémoire de fin de cycle, université de Bejaia.

<sup>50</sup>SYLVIE Grosjean, LUC Bonneville (2011), « La communication organisationnelle ; approches, processus et enjeux » édition Frederic Raguenez Page (8-9).



La meilleure façon de comprendre ce que l'expression « communication organisationnelle » veut dire à cette époque est d'examiner les objets d'études privilégiés par les chercheurs.

## B.2 Les processus de la communication au sein de l'entreprise

La communication se définit comme un processus bilatéral d'échange et de compréhension de l'information entre au moins deux personnes ou deux groupes ; échange puisqu'une personne ou un groupe transmet une information (émetteur) à une autre personne ou à un autre groupe qui le reçoit (récepteur) ; compréhension parce que l'information doit avoir une signification pour le récepteur.<sup>51</sup>

Le modèle de processus de communication comprend six étapes qui sont comme suit :

- **La première étape :** l'émetteur conçoit de transmettre à quelqu'un d'autre une intention ou une information.
- **La deuxième étape :** l'émetteur encode l'idée ; c'est-à-dire, il la transforme en un langage composé de symboles, de signes ou de mots, en obtient comme résultat le message.
- **La troisième étape :** constitue la transformation du message, à cette étape, le message empreinte le canal choisi pour sa diffusion, autrement dit, le moyen par lequel circule le message, comme les réunions, les appels téléphoniques, notes de services. La face à face est sans doute le canal le plus riche, dans la mesure où il rend possible une rétroaction immédiate, et permet au récepteur et à l'émetteur d'étudier le langage non verbal et le verbal.

Par ailleurs il est possible que le bruit dérange le processus de communication. On définit le bruit comme déformer la signification du message.

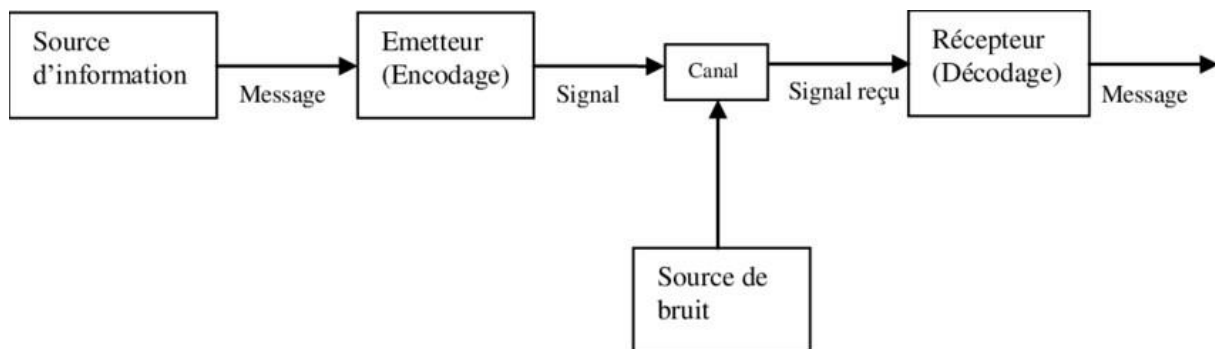
- **La quatrième étape :** est la réception du message par le récepteur, soit la personne ou le groupe à qui le message est destiné. Cette étape sera immédiatement suivie du décodage du message, soit son interprétation par le récepteur.

---

<sup>51</sup> Alex Mucchielli, Jean Antoine Carbalan, Valérie Ferrandez, « théorie des processus de la communication », édition Armand colin, Paris, 1998, p 23.

- **La cinquième étape :** la phase de décodage est essentielle, car c'est à ce moment que la communication prend sens.
- **La sixième étape :** de destinataire a reçu le message, et lui a attribué une signification lui permettant de l'utiliser.<sup>52</sup>

**Figure n° 3 :** Un schéma général du système de la communication selon Shannon (1948, p.380)



La source : <https://www.researchgate.net/figure/Un-schema-general-du-systeme-de-la-communication-selon-Shannon-1948-page-380>

### B.3 Les modèles de communication au sein de l'entreprise

Le réseau formel de communication comprend implicitement la notion de direction de l'information. Nous appelons modèles de communication les différentes façons dont est dirigée l'information dans une organisation.

Trois modèles sont définis : la communication vers le bas (descendante), la communication vers le haut (ascendante) et la communication horizontale.

#### ➤ La communication vers le bas (descendante)

La communication descendante est une forme de communication interne en entreprise. Elle repose sur un système hiérarchique à sens unique où les messages provenant des dirigeants sont transmis aux employés. Également appelée communication du haut vers le bas

<sup>52</sup>DOLANSHIMON. L. et autres (2002), « psychologie de travail et comportement organisationnel », 2eme édition ; édition Gaetan Morin, Québec, canada page 153.

ou "top-down", la communication descendante est l'une des plus anciennes formes de communication interne.

La communication descendante a pour but principal de diffuser des informations réglementaires concernant des mesures de sécurité, le règlement intérieur, etc. Elle est également employée pour faire part à tous les membres de l'entreprise des dernières actualités, des résultats obtenus ou des décisions prises par la direction. Est également privilégiée pour résoudre les conflits internes et présenter à l'ensemble des collaborateurs les projets et objectifs à poursuivre.

Dans le cadre d'une stratégie de communication descendante, les dirigeants de l'entreprise doivent s'impliquer directement pour s'adresser à leurs employés. Pour cela, ils peuvent utiliser différents supports tels que l'intranet, le tableau d'affichage, le journal de l'entreprise ou encore l'envoi de mails, l'organisation de réunions, la publication de rapports d'activités ou de notes de service, etc.<sup>53</sup>

➤ **La communication vers le haut (ascendante)**

La communication ascendante est une forme de communication au sein de l'entreprise. Elle concerne la communication qui émane des salariés et qui remonte vers la hiérarchie ou la direction.

Grâce à la communication ascendante, les employés peuvent faire part de leurs suggestions, de leurs réclamations ou bien partager leurs idées avec leurs supérieurs.

➤ **La communication horizontale**

La communication horizontale comme l'ensemble des informations circulant entre les participants à une action collective sans qu'il n'y ait de médias qui centralisent cette diffusion. Le partage des contenus se fait suivant les réseaux informels de sociabilité. Selon les travaux de Rogers et Kincaid (1987), la communication horizontale s'effectue par le biais de groupes informels. Ce sont des groupes de sociabilité préexistants caractérisés par une interconnaissance préalable de leurs membres.<sup>54</sup>

---

<sup>53</sup>Lexique-e-commerce/communication-descendante <https://www.wizishop.fr/>

<sup>54</sup> MATTHIGS G, (2020), « Penser la communication horizontale dans le cadre de mouvements sociaux. Interrogations ». Revue pluridisciplinaire de sciences humaines et sociales.

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

Des outils issus de technologies comme intranet, semblent bien adoptés à cette communication. On peut y intégrer des informations diverses telles qu'un calendrier des événements d'entreprise, la revue de presse des petites annonces...etc. A travers ces différents moyens, il est possible de créer un flux d'échange important d'informations personnelles, cependant pour que la relation se déroule bien et soit constructive, il est indispensable de procéder avec méthode, c'est-à-dire informer et former le personnel, soigner la conception des messages, une bonne circulation, mise à jour et surtout garantir une réponse aux questions posées.

#### **B.4 Le plan de communication au sein de l'entreprise**

Le plan de communication permet de définir et de piloter la stratégie de communication de l'entreprise. Son élaboration repose sur une analyse des enjeux de la communication au regard de l'entreprise. Une ligne directrice d'action est fixée à partir de scénarios prospectifs. Elle précise les moyens nécessaires pour atteindre le résultat le plus désirable et le mieux à même de résoudre les problèmes de communication mis en évidence par l'audit de communication.

Le plan de communication comporte trois parties :

1. L'étude du contexte et l'analyse du système de communication (émetteurs, relais, cibles) ;
2. La stratégie (les axes et les objectifs visés) ;
3. Les modalités de l'action.

D'une longueur variable, le plan peut atteindre 50 à 100 pages. La tendance actuelle est plutôt à l'élaboration de documents plus succincts, mais ne descendez pas sous la barre de 10 pages, à moins de vous limiter à un plan d'action.

## **2. Les différentes technologies d'information et de communication utilisées au sein de l'entreprise**

### **2.1 Internet :**

Il découle de l'évolution du projet Arpanet (initialisé en 1967) visant à relier les sites informatiques des universités et instituts de recherche travaillant pour le ministère de la défense des USA (réseau robuste).

Projet du Pentagone pour créer un réseau reliant entre elles toutes les entreprises devant travailler pour l'armée américaine. Ce réseau a servi d'ossature pour créer Internet. Aujourd'hui c'est un ensemble ouvert de réseaux d'ordinateurs reliés entre eux à l'échelle de la planète qui, à l'aide de logiciels basés sur le protocole TCP/IP, permet aux utilisateurs de communiquer entre eux et d'échanger de l'information. Inter pour interconnexion et net pour l'anglais network qui signifie réseau. L'Internet et le net, c'est le réseau des réseaux informatiques, c'est le plus grand réseau informatique du monde, le réseau mondial.<sup>55</sup>

Avant toute chose, définissons Internet comme un réseau à deux niveaux. Le premier est matériel, c'est la toile d'araignée (Web) qui compose les millions d'ordinateurs reliés entre eux.

Le deuxième est immatériel : il naît de liens logiques (hyperliens) que les logiciels nouent entre les millions de documents multimédia et qui permettent à l'utilisateur, par un simple clic avec sa souris, de voyager de l'un à l'autre, quelle que soit leur localisation physique.

L'Internet est un ensemble de réseaux numériques répondant à une même norme de transmission, le TCP/IP. Ce standard permet notamment le découpage des données numériques et leur envoi par paquets à destination d'un ordinateur, défini par une adresse machine, l'adresse IP.

Au-delà de la diversité des terminologies, Internet est un réseau électronique qui permet de relier tous les ordinateurs du monde.<sup>56</sup>

### **2.2 L'intranet**

---

<sup>55</sup>SIMON H : « L'information dans l'organisation » page 261

<sup>56</sup>ARIS A : « Les autoroutes de l'information », (1997), Presses, Universitaires de France, PARIS, page 89.

L'intranet désigne des réseaux privés utilisant les technologies d'Internet (liens de type hypertexte, moteurs de recherche, logiciel de navigation). Tout est partagé par les membres du groupe quel que soit le lieu où ils se trouvent.

L'intranet apparaît alors comme un réseau privé, compatible avec le Web, mais séparé de lui par des barrières appelées " firewall" ou coupe-feu et dont le but est de protéger l'Intranet de l'incursion d'éléments extérieurs à l'entreprise. Mais la barrière fonctionne dans les deux sens et peut servir à limiter l'accès à l'Internet depuis l'intérieur de la firme. Le passage de l'un à l'autre est facilité en raison de la parfaite compatibilité des deux réseaux.

Il permet de relier entre les systèmes d'information interne de l'entreprise grâce à l'Internet. Unifier les éléments (objectifs relations de travail activités projets culture de l'entreprise) tout ça grâce à l'Internet.

Il permet d'échanger et d'accéder à des bases de données, de participer à des groupes de travail... Tout cela en temps réel et sans préalable hiérarchique.<sup>57</sup>

### **2.3 L'extranet :**

C'est un site Internet dont quelques-unes des pages ou toutes les rubriques sont accessibles par un mot de passe. Ce système permet par exemple : - limiter la consultation des informations confidentielles aux clients, distributeurs ou abonnés.

L'extranet élargit l'accès au réseau Intranet à un public extérieur à l'entreprise, public restreint et sélectionné (clients, fournisseurs). Les fonctions d'accès aux publics extérieurs sont réduites en fonction du type de données et d'utilisateurs.<sup>58</sup>

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. Ainsi, l'Extranet offre la possibilité d'ouvrir L'Intranet à l'extérieur à destination de tiers à l'entreprise telle que des clients ou des fournisseurs.

Extranet client : Les relations avec les clients ne peuvent se limiter à la simple exploitation du Web en tant que vitrine commerciale. Beaucoup d'entreprises ont d'ailleurs comme clients d'autres entreprises qui disposent elles-mêmes d'un réseau de type Intranet. C'est pourquoi il

---

<sup>57</sup>MARIE HELENE W, « Le guide de la communication d'entreprise » page 109

<sup>58</sup>MARIE HELENE, W, « Le guide de la communication d'entreprise » page 399

est possible d'envisager des synergies afin d'organiser leurs EDI autour du protocole TCP/IP. Les applications sont très nombreuses, qu'il s'agisse de communication ; d'homogénéisation des procédures d'achat ou de facturation.

Cette collaboration est bien évidemment profitable aux deux parties puisqu'elle permet une meilleure adéquation des services de l'entreprise aux besoins du client. L'Extranet permet de conserver la confidentialité des données

Remarque : le terme "Extranet" désigne un réseau Intranet dont l'accès est autorisé à un

Public extérieur restreint (clients, fournisseurs, partenaires, etc.), constituant un réseau fermé<sup>59</sup>.

#### **2.4 Le GROUPWARE :**

Le groupware est un processus de travail de groupe désignant les outils informatiques facilitant le travail d'équipe de projet. Il offre ainsi une meilleure complémentarité à la messagerie électronique. C'est un concept qui porte avant tout sur le processus de communication et le travail en groupe en utilisant un logiciel.

Le Groupware est une technique et un support de travail en groupe.

L'A.F.C.E. T : définit le Groupware : comme l'ensemble des techniques et méthodes qui contribuent à la réalisation d'un objet commun à plusieurs acteurs séparés ou réunis par le temps ou l'espace à l'aide de tout dispositif interactif faisant appel à l'informatique aux télécommunications et aux méthodes de conduite de groupe. Le Groupware est un meilleur focus de travailler en groupe pour réaliser un projet en commun :

-Il assure une meilleure coordination du travail. -Il assure une synergie complètement réciproque.

#### **2.5 WORKFLOW :**

Généralement associé au Groupware la coordination de la circulation de documents, une tâche accomplie par workflow, Celui-ci peut donc être défini :

Comme un ensemble de dispositifs techniques permettant la diffusion, l'administration et l'exécution d'un flux d'information au sein du groupe de travail.

---

<sup>59</sup>SIMON, H, « Administration et processus », page 264

Le champ d'application du workflow est une forme de travail impliquant un nombre limité de personnes devant accomplir, en un temps limité, des tâches articulées autour d'une procédure, définie et ayant un objectif global<sup>60</sup>.

### **2.6 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.

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.<sup>61</sup>

## **3-L'importance de s'investir pour l'entreprise dans le TIC**

Pendant longtemps, les technologies de l'information et de la communication (TIC) étaient considérées avant tout comme un moyen de réduire les coûts opérationnels. Aujourd'hui, l'investissement dans de tels outils doit contribuer activement au succès financier de l'entreprise et lui permettre de se distancier de ses concurrents.

C'est ce que révèle une enquête commandée par la société néerlandaise Getronics, spécialisée dans la fourniture de solutions et de services liés aux technologies de l'information. L'étude a été menée par l'institut CFO Research Services fin 2001, auprès de plus de 300 directeurs financiers américains, et européens pour un tiers d'entre eux. Le titre de l'étude rend compte de sa principale conclusion : « Les directeurs financiers l'exigent : les TIC doivent générer une plus-value ».

Ces dernières années, pour 36% des interrogés, la collaboration entre responsables TIC et directeurs financiers s'est renforcée. Alors que le développement technologique a été pendant

---

<sup>60</sup>SAADOUNIM : « Technologie de l'information et manager » page 47

<sup>61</sup>RACHEDI A, Magister 2006, « L'impact des TIC sur l'entreprise, Université de Saida ».



longtemps l'affaire des informaticiens, les responsables des finances sont désormais à même de juger de la pertinence de ces outils, principalement en fonction de leur retour sur investissement. Ils y consacrent d'ailleurs de plus en plus de temps.

Si les TIC gagnent en importance, c'est qu'ils sont maintenant envisagés comme de véritables créateurs de plus-value pour près de la moitié des interrogés. Augmentation des recettes, extension à de nouveaux marchés, ils permettent également de s'imposer dans un climat d'intense compétitivité. Cette impression est très vive dans les entreprises de taille moyenne qui voient ici un moyen de rivaliser avec les plus grandes. La concurrence s'opère non seulement au niveau de l'offre de produits ou de services, mais également dans la question de l'approche et du suivi de la clientèle. 80% des interrogés estiment d'ailleurs que les TIC sont indispensables à l'augmentation de la qualité du service client.

Malgré la morosité économique ambiante, qui prévalait déjà lors de l'enquête, 73% des directeurs financiers interrogés, tant aux Etats-Unis qu'en Europe, prévoyaient d'augmenter encore, pour 2002, les investissements de leur entreprise dans les technologies de l'information et de la communication. « Ce n'est pas vraiment le cas, précise Roland Stettler, directeur du marketing et des ventes chez Getronics Suisse. Face à l'incertitude économique, nos clients sont devenus très prudents dans leurs investissements. Ceux-ci restent stables, mais de nombreux projets demeurent en attente. Personnellement, je n'attends pas d'amélioration très significative avant fin 2003. »<sup>62</sup>

#### **4-Le rôle des TIC au sein de l'entreprise :**

De nos jours, Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) jouent un rôle incontournable et en constante évolution au sein des entreprises d'aujourd'hui. Elles s'immiscent dans tous les aspects de leur fonctionnement, en apportant des transformations majeures et en créant de nouvelles opportunités.

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

---

<sup>62</sup>MARJORIE S, (01 novembre 2002), Enquête. « Leviers de compétitivité, ces technologies doivent aussi rapporter ».

forgé une place indispensable dans nos vies et dans le fonctionnement de l'entreprise notamment.

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

Pour maintenir cette compétitivité, trois grandes fonctions peuvent faire l'objet d'une attention particulière : l'information, communication, la gestion optimisée des ressources humaines et enfin la promotion de niveau commercial. D'abord pour le secteur de la communication, on peut dire que l'information passe, aujourd'hui, par des nouveaux supports incontrôlables : les réseaux sociaux.

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

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

Quoi qu'il en soit, la mise en place de nouvelles technologies dans l'entreprise doit répondre à une démarche de projet. Cela permettra d'éviter les dépenses superflues et de se retrouver avec un outil, en fin de compte, « inutile ».<sup>63</sup>

### **A.1 La diffusion de l'information**

La diffusion de l'information correspond à la transmission des informations nécessaires à la prise de décision. Elle est effectuée à travers un ensemble d'outils et de techniques.

La transmission de l'écrit Il s'agit de la diffusion des documents. Cette transmission se fait par deux techniques :

**A. Un support papier** : lettre, rapport, note, compte rendu, etc.

**B. Un outil de communication** : télécopieur ou Fax (réaliser des copies à distance avec le réseau téléphonique), la messagerie électronique par Internet, l'intranet (réseau

---

<sup>63</sup>LOUANAS, B., EKHLEF, A., (2014/2015), « L'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur l'entreprise algérienne », Mémoire de fin de cycle, université de Bejaia.

interne à l'entreprise), l'extranet (réseau externe reliant l'entreprise à ses partenaires), etc.

### **Transmission du message oral**

Il s'agit de la transmission de la voix. Elle se fait par : un téléphone fixe, un téléphone mobile, un répondeur, etc. Elle peut se faire aussi à travers des applications, dont : WhatsApp, Télégramme, etc.

### **Transmission d'informations visuelles**

On distingue plusieurs moyens qui permettent d'effectuer la transmission d'informations visuelles, dont :

- Visiophone : téléphone avec écran ;
- Vidéoconférence ou visioconférence, est la technique qui permet de voir et dialoguer avec son interlocuteur à travers un moyen numérique. Elle est la combinaison de deux techniques :
  - La visiophonie permettant de voir et dialoguer avec son interlocuteur ;
  - La conférence multipoints ou conférence à plusieurs, permettant d'effectuer une réunion avec plus de deux terminaux.
- Vidéotransmission : c'est une technique qui consiste à projeter sur un grand écran des images filmées en direct.

Aujourd'hui, plusieurs applications via Internet permettent de faire des réunions ou de travailler à distance. Parmi ces applications, nous avons : WhatsApp, Facebook Live

Microsoft Teams, Zoom, Skype, etc. Ces applications ont rendu possible la visiophonie et la vidéoconférence au grand public.<sup>64</sup>

## **4.2 L'usage des TIC pour le commerce de produits (ou services) de l'entreprise**

### **A. Le rôle de l'internet**

---

<sup>64</sup>OUBEJJAM, « L'information dans l'entreprise »

Depuis les débuts de son émergence hors des laboratoires, l'Internet a été perçu comme pouvant augmenter la performance des entreprises et des organisations publiques. Dans la continuité du mouvement d'automatisation du secteur secondaire, avec les chaînes de production mécanisées et robotisées, l'informatique et l'Internet permettent l'industrialisation du secteur tertiaire.

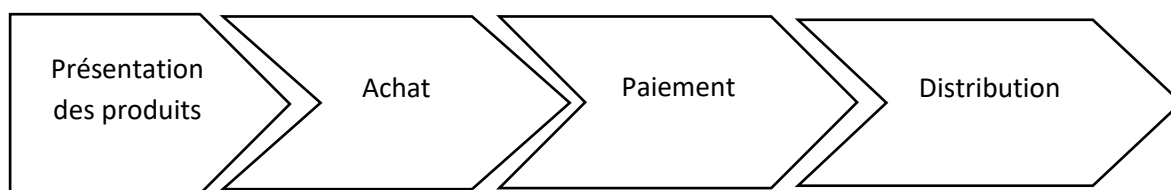
Commencée avec l'arrivée des premiers ordinateurs dans l'entreprise, cette mutation se concentre d'abord sur certaines fonctions nécessitant traditionnellement des traitements de données (comptabilité, gestion de la paye, facturation) ou nécessitant des calculs complexes (optimisation de la gestion des stocks, production, etc.). Dans tous les domaines de la gestion, l'automatisation par l'informatique de traitements répétitifs et en masse permet de les réaliser à grande échelle et avec efficacité. C'est pourquoi les banques, les compagnies d'assurance et de nombreuses grandes entreprises et administrations s'approprient les outils informatiques très rapidement.<sup>65</sup>

La performance de l'entreprise liée à Internet est la contribution de cette dernière à l'amélioration des performances commerciale, financière, marketing et ressources humaines.

### B. Le rôle de commerce électronique

Le commerce électronique peut se définir comme la réalisation transitant par des moyens électroniques. Ces transactions s'appuient sur des matériels, par exemple des terminaux, et des protocoles de communication, comme TCP/IP.

**Figure n° 3 :** la chaîne du commerce électronique



**La source :** ALLAB.S, SWYNGEDAUV.N, TALANDIER.D (2000), « la logistique et les nouvelles technologies de l'information et de la communication » P 137.

<sup>65</sup>Arnaud D, (2012), « Internet, l'entreprise et les nouveaux métiers » page 51

Depuis les années 1980, une économie connectée est en train d'émerger, liée aux réseaux, aux systèmes d'information et à internet. Ce phénomène réduit tant les délais (notamment les délais de traitement administratif et de circuit de l'information).

Les effets de cette tendance se font également sentir dans le quotidien de l'entreprise, aux niveaux du marketing, de la vente, de la production, de la relation client, du management et bien sûr de la logistique.

Dans cette économie, l'échelle de temps se contracte, les événements s'accroissent à une vitesse exponentielle. Ces faits impliquent alors de nouveaux réflexes de la part des entreprises.

Les échanges électroniques peuvent être classés en deux catégories selon le type d'intervenants qu'ils impliquent : B to B et B to C. Le B to B (business to business) concerne les échanges interentreprise. Il s'agit généralement des relations entre une entreprise et ses fournisseurs, sous-traitants, distribution, etc. A l'inverse, le B to C (business to consumer) concerne les échanges entre l'entreprise et le consommateur.<sup>66</sup>

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

### **1- Les applications externes**

Les applications de commerce électronique externes englobent un large éventail d'utilisateurs, notamment les entreprises, les administrations et les particuliers.

#### **1.1 Entreprises :**

- a. Les entreprises utilisent les plateformes de commerce électronique pour élargir leur portée géographique et toucher un public mondial sans les contraintes géographiques des magasins physiques.
- b. Ils peuvent créer des boutiques en ligne personnalisées pour présenter leurs produits ou services, offrir des promotions spéciales et interagir directement avec les clients.

---

<sup>66</sup>ALLAB.S, SWYNGEDAUV.N, TALANDIER.D (2000), « la logistique et les nouvelles technologies de l'information et de la communication » Page 135-137.

- c. Ces plateformes fournissent souvent des outils de gestion des stocks, de suivi des ventes et d'analyse des données pour aider les entreprises à gérer efficacement leur activité en ligne.
- d. Le commerce électronique B2B est également une composante importante, permettant aux entreprises de passer des commandes en gros, de gérer les relations avec les fournisseurs et de rationaliser les processus d'approvisionnement.

### **1.2 Administrations :**

Les administrations utilisent les applications de commerce électronique pour offrir des services publics en ligne, tels que le paiement des impôts, l'inscription à des programmes gouvernementaux, et la demande de documents officiels comme les passeports et les certificats de naissance.

Ces plateformes permettent aux gouvernements de rationaliser les processus administratifs, de réduire les files d'attente et d'améliorer l'efficacité des services publics. Ils contribuent également à renforcer la transparence et la traçabilité des transactions gouvernementales, ce qui peut favoriser la confiance des citoyens dans leurs administrations.

### **1.3 Particuliers :**

Les particuliers utilisent les applications de commerce électronique pour effectuer des achats en ligne, allant des produits de consommation courante aux articles de luxe, en passant par les vêtements, les produits électroniques et les articles ménagers.

Ils peuvent comparer les prix, lire les avis des clients et accéder à une gamme plus large de produits que ce qui est disponible localement.

Les plateformes de commerce électronique offrent souvent des options de paiement sécurisées et des politiques de retour flexibles, ce qui donne aux consommateurs une plus grande tranquillité d'esprit lors de leurs achats en ligne.

De plus, les particuliers peuvent également vendre leurs propres produits ou services sur ces plateformes, créant ainsi une source de revenus supplémentaire ou une opportunité de monétiser leurs compétences et leurs talents.<sup>67</sup>

---

<sup>67</sup>SMITH,, J. A. (2020). « The Impact of Social Media Marketing on E-commerce Sales ». Electronic Commerce Research and Applications,

## 2- Les applications interne

Les applications internes du commerce électronique font référence à l'utilisation de plateformes de commerce électronique à des fins d'entreprise, telles que la gestion des opérations commerciales, la logistique, le marketing et les relations avec les clients. Voici quelques exemples d'applications internes du commerce électronique :

**2.1 Gestion des stocks et des commandes :** Les entreprises utilisent des systèmes de commerce électronique internes pour gérer leur inventaire, suivre les niveaux de stock, passer des commandes auprès des fournisseurs et gérer les expéditions de produits.

**2.2 Gestion des relations avec les fournisseurs :** Les plateformes de commerce électronique internes facilitent la communication et les transactions avec les fournisseurs, y compris la négociation des conditions contractuelles, le traitement des paiements et le suivi des livraisons.

**2.3 Marketing et publicité :** Les entreprises utilisent des outils de commerce électronique internes pour concevoir, exécuter et analyser des campagnes de marketing en ligne, telles que des e-mails marketing, des publicités sur les réseaux sociaux et des campagnes de remarketing.

**2.4 Analyse des données et reporting :** Les plateformes de commerce électronique internes collectent des données sur les ventes, les clients, les produits et d'autres aspects de l'activité commerciale, permettant aux entreprises d'analyser les tendances, de prendre des décisions stratégiques et de générer des rapports détaillés.

**2.5 Service client et support :** Les entreprises utilisent des systèmes de commerce électronique internes pour gérer les interactions avec les clients, répondre aux questions, résoudre les problèmes et fournir un support technique.

**2.6 Personnalisation de l'expérience utilisateur :** Les entreprises utilisent des données sur les comportements et les préférences des clients pour personnaliser l'expérience d'achat en ligne, en recommandant des produits pertinents et en offrant des promotions ciblées.<sup>68</sup>

## 3- Les objectifs de commerce électronique

---

<sup>68</sup>DOE, J. A. (2019). « Internal Applications of E-commerce in Supply Chain Management ». Journal of Electronic Commerce Research, page 123-135

Actuellement, un site e-commerce est un moyen de se faciliter la vie, et permet d'acheter toutes les catégories de produits. Mais surtout dans le confort de votre propre environnement, par l'intermédiaire d'un écran. En effet, les achats se feront rapidement et en toute sécurité grâce au site qui est e-commerce.

➤ **Acquisition et collection des prospects**

Le site marchand qu'est un e-commerce a pour but précis d'augmenter le nombre de visites et de prolonger le temps passé d'un visiteur sur la boutique en ligne. Étant encore un produit assez récent sur le marché en ligne, e-commerce nécessite plusieurs visites pour se faire une publicité dans le monde, c'est-à-dire plus de visibilité. En occurrence, cela nécessite de bien positionner son site web en amont pour bénéficier d'un trafic ciblé et le plus accessible possible. Pour obtenir ce genre de trafic, il faut être capable de déterminer la cible à impressionner. Il faut se pencher alors sur le positionnement de la marque, le type de produits pour tels et tels profils.

➤ **Fidélisation de l'acte d'achat pour un même client**

L'objectif principal d'un site marchand est de mieux connaître ses clients pour renforcer leurs intérêts et de mettre cet atout en valeur dans l'action marketing. Pour plus de visibilité du site, il est nécessaire d'analyser les profils des clients, leurs achats, le comportement des visiteurs du site. Tous ces détails sont effectivement essentiels pour une vente en ligne sur un site e-commerce, car les vendeurs ne peuvent pas voire directement les acheteurs alors monter un profil et des critères par rapport aux préférences des clients potentiels est primordial pour avoir des clients fidèles.

➤ **Transformation du visiteur en client**

Pour qu'un site marchand ait du succès dans le monde virtuel, il lui faut plus de visibilité pour attirer les visiteurs. Pour cela, plusieurs critères sont pris en compte, comme la qualité du design qui aide à améliorer la perception esthétique du site et de son contenu. Il y a aussi la facilité d'accès aux informations recherchées par le client, grâce à une bonne organisation des contenus et des fonctionnalités. La clarté et la rapidité du processus de paiement sont aussi des critères importants à considérer. Il y a également le degré de transparence des



informations sur le site pour mettre en confiance le visiteur pour le convertir en client. La conversion donc est un objectif que tout site devrait avoir pour faire marcher leurs affaires.<sup>69</sup>

## Section 2 : Les TIC et son effet sur la performance de l'entreprise.

### 1. Comment peut-on réussir les TIC dans l'entreprise :

En suivant à un processus d'intégration, on peut adopter les TIC par les entreprises d'une manière efficace et avoir des bons résultats :

- a. **Identification des objectifs** : identifier les objectifs et les évolutions envisageable de l'utilisation des TIC et élaborer des stratégies convenantes au développement
- b. **Formation** : sensibiliser les employés pour le bon emploi des TIC en vue de favoriser leur adoption
- c. **Mettre en œuvre l'organisation** : permet d'établir un lien entre les activités et les systèmes informatisés qui les outillent afin de préparer leurs utilisations
- d. **Adapter l'organisation** : mettre en place des outils fiables et solides afin de garantir le bon fonctionnement des TIC
- e. **Gérer les changements** : apprendre et maîtriser les outils et supports modernisés pour assurer une communication optimale
- f. **Sécurité des systèmes** : mettre en place des plans pour éviter toutes sortes de piratages et risques liés à la sécurité des données de l'entreprise.<sup>70</sup>

Pour un excellent résultat d'utilisation des TIC, l'entreprise peut met en place des stratégies puissantes pour faire face aux changements attribués par les technologies de l'information et de la communication.

**1/ Stratégie d'attente** : Les tenants de cette stratégie, qualifiés de pessimistes et peu sensibles aux changements que peuvent apporter les nouvelles technologies d'information et de communication, ne croient pas à leur nécessité, ou du moins pas pour le moment. Les arguments qu'utilisent les dirigeants qui freinent ce déploiement, sont tout à fait légitimes. Pour eux, ces nouveaux outils sont inadaptés à un travail sérieux, ce n'est pas un objectif

<sup>69</sup> Quels-sont-les-objectifs-principaux-d'un-site-e-commerce/ <https://www.blabdesignfactory.it/fr/>

<sup>70</sup> ALLAB, S et SWYNGEDAUV, N et Tallandier, D. (2000). « La logistique et les nouvelles technologies de l'information et de la communication », (ECONOMICA), (85,86)

prioritaire pour l'entreprise, investir dans de tel outil coûte très cher pour le peu de résultats qu'il peut rapporter pour l'entreprise. Lorsqu'ils s'aperçoivent de l'importance du phénomène ils réagissent mais cette réaction risque de venir trop tard surtout en matière de maîtrise de ces techniques et l'effet de l'expérience et de l'apprentissage sont 1des phénomènes clefs de la compétitivité. A cet égard VAN LIEFLAND soutient l'idée « qu'en général les gens qui ne sont pas attirés par le changement y viennent plus tard ne serait-ce que par le désir de faire partie de la communauté même s'ils ne sont pas intéressés par la maîtrise technologique » 1. Cette stratégie est considérée comme stratégie de prudence ; les dirigeants d'entreprise s'engagent dans les changements toute en restant raisonnable. Cependant l'économiste PHILIP EVANS affirme qu'une stratégie attentiste est généralement mauvaise, mieux vaut échouer cinq fois de suite pour avoir essayé trop tard que d'échouer une seule fois pour avoir essayé trop tard. ». 1Dans ce cas l'échec est définitif.

**2/ La stratégie offensive :** Cette stratégie d'engagement, paraît la plus appropriée pour toute entreprise qui veut jouer un rôle moteur et conforter son image. En effet, l'introduction des NTIC dans l'entreprise va permettre d'améliorer la productivité (bien qu'elle ne soit pas évidente généralement on parle de productivité organisationnelle) et la qualité des prestations, ce qui valorise leur image sur le marché. Une telle stratégie va leur permettre également de s'intégrer dans l'univers des NTIC et de faire face à la globalisation. La stratégie offensive permet aux clients de l'entreprise à surmonter le passage vers la mondialisation. La mise en œuvre de cette stratégie dépend aussi du profil du manager s'il est le genre qui aime prendre le risque (risktaker), avoir un comportement d'engagement, un mordue de la technologie, vouloir apprendre et améliorer ses connaissances. Dans les pays industrialisés ou un grand nombre de firmes possèdent un site Internet ; imaginons donc une entreprise qui n'est pas encore inscrite sur le Web, elle perdra sûrement une partie de sa clientèle dans un contexte concurrentiel très rude. Cependant, seules les entreprises qui ont pris l'initiative d'intégrer ces nouvelles technologies vont prendre de la distance et acquérir plus d'expériences et d'apprentissages. Adopter la deuxième stratégie, la stratégie offensive pour l'acquisition des nouvelles technologies n'est plus une question de choix mais plutôt une exigence, un impératif.<sup>71</sup>

## **2. L'effet des TIC sur la performance des entreprises :**

---

<sup>71</sup> ALI, B, « les enjeux des NTIC dans les entreprises », Université de Tlemcen, p59.

L'emploi des technologies de l'information et de la communication dans les entreprises favorise la croissance économique, en suivant les conditions et les renseignements pour une utilisation percutante des TIC et des résultats favorable.

Les TIC peuvent améliorer la performance de l'entreprise grâce à la réduction des coûts indirects, tels que les coûts du travail et l'augmentation de la productivité du travail, la réduction des coûts d'information. Toutefois, dans le long terme, les TIC peuvent avoir un impact encore plus grand car elles permettent de restructurer complètement le processus de production et les méthodes de travail, d'accroître la flexibilité et d'améliorer les résultats. Bien que des études antérieures aient montré des résultats mitigés, presque toutes les études importantes depuis le milieu des années 1990 ont montré un impact positif et significatif pour les investissements. Des pratiques de gestion complémentaire telles que la décentralisation de la prise de décision, la flexibilité des processus de production, la formation de la main d'œuvre et la gestion de la qualité totale sont jugées essentielles au niveau des entreprises pour accompagner les investissements dans les TIC. Ces études ont également montré que l'investissement en TIC est associé à une main d'œuvre hautement qualifiée. Les systèmes informatiques et généralement les TIC ont été un substitue à la main d'œuvre faiblement qualifié tout en générant plus de demande pour les travailleurs hautement qualifiés<sup>72</sup>

### **1. Sur les ressources humaines :**

Elles peuvent modifier les mécanismes de contrôle mis en place par l'employeur et encourager la prise de responsabilités, donner aux salariés plus d'autonomie et de flexibilité dans le travail, l'évolution des connaissances professionnelle des salariés à travers les formations.

### **2. Sur l'organisation et la structure organisationnelle :**

---

<sup>72</sup>BENGHOZI et PIERRE-JEAN P, « l'organisation de la production et de la décision face aux TIC », (brousseau.info), page 203, PDF.

Les TIC permettent à l'entreprise d'avoir une plus grande flexibilité organisationnelle et facilitent la délégation des prises de décision vers des niveaux hiérarchiques plus bas, plus de les salariés utilisateurs de TIC devraient donc se voir confier des tâches moins répétitives.

### **3. Sur la productivité et le rendement :**

Créer un avantage concurrentiel en ajoutant de nouveaux principes qui contribue à l'innovation,

La réussite de l'entreprise et l'atteinte de leadership et être à la une au niveau du marché,

### **4. Sur les conditions de travail :**

Les TIC favorisent le travail collaboratif, ces dernières peuvent rendre leur travail plus enrichissant dans la mesure où le salarié n'est plus soumis en permanence à la surveillance d'un supérieur hiérarchique et peut choisir plus facilement ses horaires, ses tâches.<sup>73</sup>

### **Conclusion :**

Les entreprises ont marqué des évolutions considérables grâce au bon fonctionnement des outils et applications des TIC et la prise de compte des stratégies et notions liées à la réussite de ces derniers.

---

<sup>73</sup> ALLAB, S et SWYNGEDAUF, N et TALANDIER, D. (2000). « La logistique et les nouvelles technologies de l'information et de la communication », (ECONOMICA), page 83,84

# Chapitre IV

**Analyse et interprétation des données**

## **Section01 : Présentation de l'organisme d'accueil**

### **Préambule**

Afin de confirmer ou infirmer les hypothèses, nous devons passer au terrain et vérifier si les informations trouvées théoriquement sont appliqués en réalité ou non.

Pour cela dans ce chapitre on va d'abord présenter l'entreprise, la population d'étude, l'analyse et l'interprétation des données requis par les interviewés et la vérification des hypothèses.

### **1. Historique de l'entreprise CEVITAL :**

CEVITAL est un Groupe familial qui s'est bâti sur une histoire, un parcours et des valeurs qui ont faits réussite et sa renommée. Première entreprise privée algérienne à avoir investi dans des secteurs d'activités diversifiés, elle a traversé d'importantes étapes historiques pour atteindre sa taille et sa notoriété actuelle.

Il s'agit d'une industrie agroalimentaire et grande distribution, électronique et électroménager, sidérurgie, industrie du verre plat, construction industrielle, automobile, services, médias...

Porté par 18 000 employés répartis sur 3 continents, il représente le fleuron de l'économie algérienne, et œuvre continuellement dans la création d'emplois et de richesse.

### **2. Situation géographique de l'entreprise**

CEVITAL se situe à l'arrière-port de Bejaia `a 200 ML (mètre linéaire) du quai a 3km Sud-Ouest de la ville, à proximité de la RN 26 et la RN 9. Cette situation géographique de l'entreprise lui profite bien étant donné qu'elle lui confère l'avantage de la proximité économique. Le complexes 'étend sur une superficie de 45000m2 (le plus grand complexe privé en Algérie), il a une capacité de stockage de 182000 tonnes/an (silos portuaire) , et un terminal de déchargement portuaire de 200000 tonnes/heure (réception de matière première). Elle possède un réseau de distribution de plus de 52 000 points de vente sur tout le territoire national également.

### **3. Les activités et les missions de l'entreprise « CIVITAL »**

**L'activité de CEVITAL au niveau de la ville de Bejaia :**

L'entreprise CEVITAL entreprend une activité diversifiée, assure : -Raffinage du sucre avec une capacité de production de 1600tonnes/jour. -Production des margarines avec une capacité de600 tonnes/jour. -Raffinage des huiles avec une capacité de production de 1800 tonnes/jour. Re habitation de l'unité de production de jus de fruits COJEK. COJEK était mise en exploitation en 1978 sous l'égide de SOGEDIA, puis reprise par ENAJUS en 1982. Par cession d'actif au mois de novembre 2006 ; elle est régie en société par action au capital de 1007 000000DA. Sa capacité de production est de14400T/an. Le plan de développement de cette unité portera à 150 000T/an en2010.

#### **L'activité de CEVITAL au niveau de la wilaya de Tizi Ouzou :**

Plus exactement, au niveau de village AGOUNI GUEGHRANE, au cœur du massif montagneux du Djurdjura qui culmine à plus de 2300 Mètres. Cevital détient une unité de production et de conditionnement des eaux minérales (Lala Khedidja) ; qui a été inaugurée en juin 2007.

#### **Les produits et la flexibilité de conditionnement de Cevital :**

CEVITAL avec une croissance de 50 % par an depuis sa première année d'exploitation, occupe la place de leader dans plusieurs filières (agro-alimentaires), couvrant ainsi une importante part des besoins du marché national, crée de l'emploi (600 emplois par an), etc. Elle continue de mener une stratégie de croissance et de diversification en se lançant dans la réalisation de plusieurs projets.

Cevital agro-industrie est composée de plusieurs unités de production, telles que : raffineries d'huile, raffinerie de sucre, margarinerie, unités de conditionnement d'eau minérale, unité de fabrication et de conditionnement de boissons rafraîchissante sans alcool. Conserverie, silos portuaires, ainsi qu'un terminal de déchargement portuaire.

- **Les produits de Cevital :**

Cevital contient dans l'output de son activité industriel une gamme très diversifiée en matière de produits fabriqués. D'autre que les huiles alimentaires dans lesquelles elle est spécialisée. L'entreprise produit et commercialise plusieurs autres produits dérivés qu'on va aborder dans ce qui suit :

- ✓ **Les huiles végétales :**

- ✓ **Margarinerie et graisses végétales :**
- ✓ **Sucre :**

#### **4. L'effectif et domaine d'activité de l'entreprise**

L'effectif actuel de "Cevital" est reparti entre les différentes directions et unités de production :

- ✓ **Direction Générale DG :** Chargée de veiller sur le bien être humain et matériel du complexe, de la maintenance et de coordonner les différentes directions.
- ✓ **Direction des Finances et Comptabilité :** -Préparer et mettre à jour les budgets - Tenir la comptabilité et préparer les états comptables et financiers selon les normes- Pratiquer le contrôle de gestion – Faire le Reporting périodique
- ✓ **Direction Commerciale :** Ce service s'occupe de : -L'élaboration de la politique de distribution. -L'élaboration des stratégies face à la concurrence. -Gérer les campagnes de promotions et les opérations publicitaires. -Etablir les opérations avec des organismes liés à l'exploitation- Possède des qualités relationnelles pour susciter l'intérêt des prospects.
- ✓ **Direction logistique :** -Expédie les produits finis (sucre, huile, margarine, Eau minérale, . . .), cela consiste à charger les camions `a livrer aux clients sur site et des d'édépôts logistiques -Assure et gère le transport de tous les produits finis, que ce soit en moyens propres (camions de CEVITAL), affrédés ou moyens de transport des clients. -Le service transport assure aussi l'alimentation des différentes unités de production en matières premières intrants et packaging et le transport pour certaines filiales du groupe (MFG, SAMHA, Direction Projets, NUMIDIS...). -Gère les stocks de produits finis dans les différents d'édépôts locaux (Bejaia et environs) et Régionaux (Alger, Oran, Sétif, ...)
- ✓ **Direction contrôle de qualité :** Elle est dotée de quatre laboratoires qui assurent le suivi permanent et continu du processus de production sous la supervision du laboratoire central qui suit la qualité microbiologique des produits.
- ✓ **Direction conditionnement :** Chargée de la mise en bouteille de l'huile final, elle se compose de deux ateliers (atelier préforme, atelier bouchon et poignets) et la production des bouteilles (1L,2L et 5L).
- ✓ **Direction système informatique :** Son rôle est d'informatiser le system administratif et la gestion des ateliers de production. **Direction silos :** Son rôle est de gérer le stock des céréales. **Direction margarinerie :** Chargée de la production de la margarinerie.



- ✓ **Direction de raffinerie de sucre** : Raffiner le sucre roux afin de le transformer en sucre blanc.
- ✓ **Direction production de l'huile** : Elle consiste en exploitation des matières premières. **Direction des ressources humaines (DRH)** : Elle prend en charge : -La gestion de la carrière professionnelle des employés -Le recrutement, la section des effectifs- La formation et l'évolution du personnel. -Le règlement des salaires des employés. -Les relations humaines et les dossiers de la sécurité sociale des employés- Chargé de la gestion des carrières, identifie les besoins en mobilité. – Gestion de la performance et des rémunérations.
- ✓ **Direction de projet** : Elle s'occupe de la réalisation des projets.
- ✓ **Direction médico-sociale** : Son rôle est de veiller sur le déroulement des bonnes conditions sociales et médicales des travailleurs.

## 5. Les objectifs de CEVITAL

Peuvent se présenter comme suit : - L'extension de ses produits sur tous le territoire national ; - L'implantation des graines oléagineuses pour l'extraction directe des huiles brutes; -L'optimisation des offres d'emploi sur le marché du travail;-L'encouragement des agriculteurs par des aides financières pour la production locale des graines oléagineuses ; -La modernisation des équipements industriels et des modes de gestion de sa production;-Le positionnement de ses produits sur le marché étranger par leurs exportations.

## Section 02 : Présentation des caractéristiques de la population d'étude et les résultats de L'enquête

### 1. L'enquête finale

Après avoir élaboré le guide d'entretien final, nous avons élaboré un ensemble de questions divisées en trois axes selon les variables de notre étude ainsi que nos objectifs de recherche. Nous avons fixé un rendez-vous avec chacun de nos participants ; Afin d'interroger chacun d'eux, d'obtenir le maximum d'informations possibles qui puissent nous aider et apporter des éclaircissements sur le sujet de notre recherche. Ceci dans le but d'infirmer ou de confirmer nos hypothèses que nous avons formulées précédemment.

Notre enquête finale a été menée entre le 12 et le 19 mai 2024. Cette phase nous a permis de dialoguer directement avec les participants, au sein de service commercial, DRH et

informatique de l'entreprise CEVITAL, auxquels nous avons posé l'ensemble des questions incluses dans notre guide d'entretien final.

Cela nous a permis d'analyser les réponses de chaque membre de l'échantillon pour confirmer les résultats de notre étude et pouvoir répondre à nos hypothèses de recherche, que ce soit par une infirmation ou affirmativement.

## 2. Les caractéristiques de la population d'étude

**Tableau N°01 : présentation des données personnelles de la population d'étude**

	<b>Le genre</b>	<b>L'âge</b>	<b>Poste occupé</b>	<b>Niveau d'instruction</b>	<b>Formation</b>	<b>Expérience dans le domaine</b>	<b>Ancienneté dans l'entreprise</b>
<b>Enquêté N°01</b>	Homme	46ans	Responsable SI	Bac+5	Informatique	12ans d'expérience	16ans d'expérience
<b>Enquêté N°02</b>	Homme	+60 ans	Conseiller du DG	Bac+7ans à l'étranger	Juriste+ finance	+30 ans en DRH	12 ans au CEVITAL
<b>Enquêté N°03</b>	Homme	50ans	Responsable au niveau de CEVITAL	Bac+4	Ingénieur en contrôle de qualité et analyse des agréments	5ans d'expérience dans le domaine	22ans a CEVITAL
<b>Enquêté N°04</b>	Femme	50ans	Chef commercial	Bac+5	Gestion commerciale	15ans dans le domaine	5ans a CEVITAL
<b>Enquêté N°05</b>	Femme	38ans	Responsable marketing	Bac+5	Gestion commerciale option marketing	10ans	7ans a CEVITAL
<b>Enquêté N°06</b>	Homme	55ans	Directeur SI	Bac+5	Informatique	20ans	15ans

**Source :** résultats de notre enquête de terrain

Le tableau suivant contient toutes les données personnelles des personnes de notre population d'étude, notamment le sexe, l'âge, le poste occupé par l'enquêté, son niveau d'instruction, sa formation, son expérience dans le domaine et son ancienneté dans l'entreprise.

**Tableau N°02 : Répartition des enquêtés selon le sexe**

<b>Sexe</b>	<b>Effectif</b>
<b>Masculin</b>	4
<b>Féminin</b>	2
<b>Total</b>	6

**Source :** résultats de notre enquête de terrain

En étudiant le tableau ci-dessus, nous remarquons que notre échantillon se compose de 6 personnes, dont quatre sont de sexe masculin et deux de sexe féminin. Cette distribution est attribuable aux exigences professionnelles et aux postes qui requièrent une expertise et de l'expérience, sans considération de genre. Dans ce domaine, il n'y a aucune discrimination entre les hommes et les femmes.

**Tableau N°03 : Répartition des enquêtés selon la catégorie d'âge**

<b>Age</b>	<b>Effectif</b>
<b>{30-40}</b>	1
<b>{41-50}</b>	3
<b>{51-60}</b>	1
<b>{61 et plus}</b>	1
<b>Total</b>	6

**Source :** résultats de notre enquête de terrain

Selon nos résultats d'enquête et en se référant au tableau ci-dessus, nous observons qu'il y a une personne dans la tranche d'âge de {30 à 40} ans, trois personnes dans celle de {41 à 50} ans, et une personne dans chacune des tranches d'âge de {51 à 60} ans et de {60 ans et plus}.

Cette diversité d'âges au sein de notre population d'étude, mettant en avant à la fois des jeunes et des personnes plus âgées, est caractérisée par une expérience significative. Cela représente un avantage majeur pour l'entreprise CEVITAL, car ces individus sont susceptibles d'apporter une contribution précieuse. Ce travail requiert du dynamisme, de la communication et de la créativité.

**Tableau N°04 : Le poste occupé**

<b>Le poste</b>	<b>Effectif</b>
Responsable SI	1
Conseiller du DG	1
Responsable au niveau de CEVITAL	1
Chef commercial	1
Responsable marketing	1
Directeur SI	1
<b>Total</b>	<b>6</b>

**Source :** résultats de notre enquête de terrain

Le tableau suivant comprend les postes occupés par les enquêtés, ces postes sont comme suit : responsable SI, conseiller du DG, responsable au niveau de CEVITAL (Ingénieur en contrôle de qualité et analyse des agréments), chef commercial, responsable marketing et directeur SI, En combinant ces différents postes, l'entreprise bénéficie d'une expertise diversifiée couvrant des domaines clés tels que la technologie de l'information qui est notre sujet de recherche, la stratégie d'entreprise et la gestion opérationnelle. Cette répartition des postes suggère une structure organisationnelle bien définie, avec des responsabilités claires et complémentaires au sein de l'équipe de direction.

**Tableau N°05 : Répartition des enquêtés selon le niveau d'instruction**

Niveau d'instruction	Effectif
Bac+4	1
Bac+5	4
Bac+7	1
Total	6

**Source :** résultats de notre enquête de terrain

Le tableau concernant le niveau d'instruction des personnes travaillant dans les différentes directions de l'entreprise CEVITAL révèle que tous les individus étudiés ont franchi le cap de l'enseignement supérieur. Parmi eux, trois (04) ont décroché un diplôme de master, un (01) détient un diplôme de licence classique, et une personne est titulaire d'un diplôme de niveau bac+7. Cette diversité de qualifications, combinée à leur expérience professionnelle, leur confère un bagage intellectuel et des compétences spécifiques qui seront certainement précieux pour l'accomplissement efficace de leurs responsabilités au sein de leur domaine d'activité.

**Tableau N°06 : Répartition des enquêtés selon la formation**

La formation	Effectif
Informatique	2
Juriste+ finance	1
Gestion commercial	2
Ingénieur en contrôle de qualité et analyse des agréments	1
Total	6

**Source :** résultats de notre enquête de terrain

Le tableau fournit une répartition des professions des participants à l'étude, indiquant les domaines d'expertise représentés dans l'échantillon : deux participants travaillent dans le domaine de l'informatique. Cela suggère une expertise en technologies de l'information et en systèmes informatiques, ce qui peut être crucial pour comprendre les aspects technologiques liés au sujet de recherche. Un autre participant est à la fois juriste et finance. Deux participants travaillent dans le domaine de la gestion commercial. Le dernier participant est un ingénieur spécialisé dans le contrôle de qualité et l'analyse des agréments. En combinant ces profils professionnels, l'échantillon semble offrir une diversité d'expertises complémentaires, ce qui peut enrichir les discussions et les analyses lors des entretiens et fournir des perspectives variées sur le sujet de recherche.

**Tableau N°07 : Répartition des enquêtés selon l'expérience dans le domaine**

<b>Expérience</b>	<b>Effectif</b>
{5-10}	2
{11-16}	2
{17-20}	1
Plus de 30ans	1
<b>Total</b>	<b>6</b>

**Source :** résultats de notre enquête de terrain

Ce tableau offre une répartition détaillée des enquêtés en fonction de leur expérience professionnelle dans le domaine spécifique étudié : Un participant possède une expérience professionnelle comprise entre {5 et 10} ans dans son domaine.

Un autre participant affiche une expérience plus étendue, comprise entre {11 et 16} ans dans le domaine.

Un troisième participant bénéficie d'une expérience de plus de 30 ans dans le domaine. Cette longue période d'expérience implique une expertise considérable, avec une compréhension approfondie du domaine.

**Tableau N°08 : répartition des enquêtés selon l'ancienneté dans l'entreprise**

Ancienneté dans l'entreprise	Effectif
{5-10}	2
{11-15}	2
{16-20}	1
{20-25}	1
Total	6

**Source :** résultats de notre enquête de terrain

Le tableau présente la distribution de l'ancienneté des employés dans une entreprise. Les tranches d'ancienneté sont les suivantes :

- Entre 5 et 10 ans
- Entre 11 et 15 ans
- Entre 16 et 20 ans
- Entre 20 et 25 ans

Les deux premières tranches sont représentées par deux employés. Deux dernières tranches est représentée par un seul employé. Ce tableau montre une répartition homogène des employés en termes d'ancienneté, soulignant la stabilité et l'expérience des employés de l'entreprise.

### **Présentation des résultats de l'enquête**

À travers ce chapitre intitulé "Présentation des résultats de l'enquête", nous allons procéder en deux sections. La première section comprendra l'analyse et l'interprétation des

données selon les deux axes de notre guide d'entretien et les variables de l'étude. La deuxième section sera dédiée aux résultats et à la discussion de ces résultats.

## **Section 01 : Analyse et interprétation des données**

Dans cette section, nous allons analyser et interpréter toutes les informations recueillies durant notre enquête menée au sein de l'entreprise CEVITAL. Cette enquête a été réalisée auprès du personnel à l'aide d'un guide d'entretien structuré en trois axes essentiels. L'objectif est de confirmer ou infirmer nos hypothèses après les avoir vérifiées avec l'ensemble des réponses et des résultats obtenus durant la phase d'enquête.

L'analyse et l'interprétation des données seront présentées selon chaque axe de notre guide d'entretien final.

### **Axe N°02 : Les capacités actuelles de l'entreprise CEVITAL en matière des TIC.**

L'objectif de cet axe est d'évaluer les capacités actuelles de l'entreprise CEVITAL en matière de technologies de l'information et de la communication (TIC). Cela implique de comprendre dans quelle mesure l'entreprise utilise et tire parti des technologies informatiques pour soutenir ses opérations commerciales et ses objectifs stratégiques.

#### **1. Les principaux systèmes et technologies de l'information et de communication utilisés au sein de votre entreprise.**

L'ingénieur en contrôle de qualité et analyse des agréments à déclarer « *y a pas mal de systèmes utilise, CLIO, le system qu'on utilise pour la maintenance, y a des systèmes qu'on utilise pour la gestion des ressources humains (GRH) tout ce qui est l'ordre de mission, y a les systèmes d'information qu'on utilise pour la déclaration de production, pour la sortie de la marchandise on peut citer SEIGE, WORDFLO, KOSOUIN. HAUTLOOK, WHATSAPP, pour anticiper certaine chose, entre cadre et transmettre l'information rapidement. Le JK permet de retrouver toutes les informations de la déclaration de production, les préparations, il est développé on interne* ».

Aussi le responsable SI (système d'informatique) a confirmé que « *les salaries communiquent entre avec l'extérieur en utilisant en général la messagerie, le téléphone,*



*WhatsApp, on a aussi TEAMS. On dispose aussi des systèmes d'information par processus et l'objectif de la cible, c'est que tout le processus de CEVITAL doit être digitaliser, automatiser. Parmi ces systèmes on peut citer, le SP, il a acquis depuis 2014, SEIGE (ce qui concerne la comptabilité), PISTOK KOSOUIN Et HGNO ».*

Les réponses des autres personnes interrogées sont très similaires à celles des deux que nous avons précédemment mentionnés.

L'analyse de cette question nous a permis d'identifier les principaux systèmes et technologies de l'information et de la communication (TIC) utilisés au sein de l'entreprise CEVITAL. Parmi ces systèmes nous pouvons citer :

- ✓ SEIGE : il concerne la comptabilité, le système SEIGE joue un rôle central dans la gestion comptable de CEVITAL, offrant des fonctionnalités avancées qui automatisent les tâches répétitives, centralisent les données financières et assurent la conformité réglementaire. En améliorant l'efficacité et la précision des opérations comptables, SEIGE aide CEVITAL à mieux gérer ses finances, à prendre des décisions informées et à maintenir une santé financière solide.
- ✓ PISTOK : Le système PISTOK joue un rôle central dans l'optimisation des opérations commerciales de CEVITAL, en automatisant les processus de vente, en améliorant la gestion des stocks, en renforçant la relation client et en facilitant la planification commerciale. Grâce à ses fonctionnalités avancées et à son intégration avec d'autres systèmes de l'entreprise, PISTOK aide CEVITAL à améliorer son efficacité commerciale, à augmenter ses ventes et à renforcer la satisfaction client.
- ✓ KOSOUIN : il joue un rôle central dans la gestion de la qualité et de la production chez CEVITAL. En optimisant les processus de fabrication, en assurant des standards de qualité élevés et en facilitant l'amélioration continue, ce système contribue à la compétitivité et à l'efficacité de l'entreprise. Grâce à ses fonctionnalités avancées et à son intégration avec d'autres systèmes, KOSOUIN aide CEVITAL à maintenir des opérations de production fluides et à répondre aux exigences rigoureuses du marché en matière de qualité et de conformité.
- ✓ HGNO : (Harmonisation et Gestion des Normes Opérationnelles), joue un rôle crucial dans l'harmonisation et la gestion des normes opérationnelles chez CEVITAL. En standardisant les processus, en assurant la conformité réglementaire et en

soutenant l'amélioration continue, HGNO contribue à l'efficacité opérationnelle et à la qualité des produits et services de l'entreprise. Grâce à ses fonctionnalités avancées et à son intégration avec d'autres systèmes de gestion, HGNO aide CEVITAL à maintenir des standards élevés et à répondre aux exigences rigoureuses du marché.

En résumé, Les réponses confirment l'utilisation d'une variété de systèmes de communication, L'accent est mis sur l'automatisation et la digitalisation, Automatisation des chaînes de production : Utilisation des TIC pour augmenter la cadence de production, réduire les erreurs humaines et minimiser les temps d'arrêt. Grâce à des systèmes internes et des outils de communication modernes, répondant ainsi aux besoins spécifiques de CEVITAL. Cela indique une stratégie bien pensée pour améliorer l'efficacité et la réactivité de l'entreprise.

## **2. Le rôle des TIC au sein de l'entreprise.**

Toutes les personnes interviewées ont répondu que les TIC jouent un rôle primordial dans leur entreprise pour faciliter l'information.

*Le conseiller du DG (direction générale) a expliqué « oui, bien sûr ! c'est très important pour faciliter l'information, aujourd'hui, le plus important on est conforté a un monde ou l'information doit apparaitre rapidement, la rapidité d'avoir l'information, aussi elle doit être juste, l'exactitude de la donnée, c'est le cas de KOSOUIIN c'est un logiciel qui peut gérer la maintenance, et gérer aussi le temps d'intervention, tout ce qu'il faut comme effectif pour l'intervention, la pièce de rechange, la saisie doit être correcte ».*

*Le responsable du marketing a rajouté « les TIC sont intégré progressivement, chaque jour il y'aura des nouvelles technologies, et on doit s'adapter. Les TIC ne sont pas seulement un support opérationnel chez CEVITAL, mais un élément central de la stratégie de l'entreprise. En facilitant la communication, en automatisant les processus, en améliorant la gestion des ressources, et en soutenant l'innovation, les TIC jouent un rôle vital dans l'amélioration de l'efficacité et de la réactivité de CEVITAL, contribuant ainsi à sa compétitivité et à son succès global »*

Les différents interviewés soulignent que les TIC ne sont pas seulement des outils de support, mais des éléments clés de la stratégie de croissance et de succès de l'entreprise.

En complément, Les TIC sont bien plus que de simples outils de support pour CEVITAL ; elles sont au cœur de sa stratégie de croissance et de succès. En améliorant l'efficacité

opérationnelle, en augmentant la réactivité aux changements du marché et en stimulant l'innovation, les TIC permettent à CEVITAL de maintenir sa compétitivité et de se positionner comme un leader dans son secteur. L'intégration stratégique des TIC permet non seulement d'optimiser les opérations actuelles, mais aussi de préparer l'entreprise aux défis futurs et aux opportunités du marché globalisé.

Leur intégration progressive et l'adaptation continue aux nouvelles technologies sont indispensables pour maintenir la compétitivité et soutenir la croissance de l'entreprise. Les TIC sont ainsi au cœur de la stratégie de CEVITAL, améliorant l'efficacité, la réactivité et l'innovation, ce qui contribue de manière significative à son succès global.

Selon Pare et Sicotte : « les TIC jouent un rôle essentiel dans la facilitation du transfert et de l'acquisition de connaissance, »<sup>74</sup>

### **3. La circulation de l'information dans l'entreprise depuis l'utilisation des TIC.**

La réponse était même pour toutes les personnes interrogées, le directeur d'informatique a expliqué : « *Oui, absolument ! L'intégration des technologies de l'information et de la communication (TIC) a nettement accéléré le flux d'informations au sein de notre entreprise. Ces outils permettent une transmission instantanée des données et des messages, favorisant ainsi une communication plus rapide et efficace entre les différentes équipes et départements. Cette amélioration a considérablement renforcé notre capacité à prendre des décisions rapidement, à répondre plus agilement aux besoins des clients, et à maintenir notre compétitivité sur le marché. En somme, les TIC ont joué un rôle central dans cette accélération du flux d'informations au sein de notre entreprise.* »

A la lumière des réponses fournies à cette question, il est évident que les technologies de l'information et de la communication (TIC) ont un impact positif sur CEVITAL en ce qui concerne le flux d'informations.

L'accélération du flux d'informations est un élément stratégique clé pour CEVITAL, permettant d'améliorer l'efficacité opérationnelle, la réactivité et l'innovation. En facilitant une prise de décision rapide, une meilleure communication et une coordination efficace, CEVITAL peut mieux répondre aux besoins des clients et renforcer sa compétitivité sur le marché.

---

<sup>74</sup> KOSSAI, M. « Les Technologies de l'Information et de la Communication dans l'Éducation ». Presses Universitaires, 2022, page. 28-29

Les bénéfices concrets de cette amélioration se traduisent par une réduction des délais de décision, une communication interne optimisée, une coordination accrue des activités et une vision globale renforcée, positionnant ainsi l'entreprise pour un succès durable.

Les témoignages mettent en évidence le rôle crucial des TIC dans l'accélération de la circulation des informations au sein de l'entreprise.

En résumé, les TIC jouent un rôle clé dans l'amélioration du partage d'informations chez CEVITAL.

#### **4. Intégration des technologies de l'information et de la communication dans ses processus opérationnels.**

Tous les enquêtés que nous avons interrogés ont pratiquement répondu avec la même réponse, le responsable commercial à détailler : *« Dans chaque processus opérationnel, notamment en raison de sa complexité, que ce soit dans les domaines commerciaux ou de production, il est crucial de pouvoir coordonner diverses activités. Prenons par exemple le cas d'un producteur : pour gérer efficacement ses stocks et ses commandes, il doit communiquer avec plusieurs parties prenantes telles que les acheteurs, les intervenants internes et les comptables pour le règlement des factures, ainsi que les fournisseurs externes. L'absence de technologies de l'information et de la communication (TIC) compliquerait énormément cette communication et la coordination entre ces différents acteurs. C'est à travers de tels scénarios que nous comprenons pleinement l'importance des TIC dans les processus opérationnels ».*

Après avoir examiné les réponses à cette question, il est évident que les répondants soulignent de manière significative l'impératif absolu des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans la gestion des processus opérationnels.

Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) sont essentielles pour coordonner les activités opérationnelles au sein de CEVITAL. Elles permettent une gestion plus efficace des processus comme la gestion des stocks, des commandes et les communications avec les parties prenantes.

Les TIC sont indispensables pour plusieurs raisons stratégiques :

- ✓ **Amélioration de la compétitivité** : Elles permettent à CEVITAL de rester compétitive en optimisant les opérations, réduisant les coûts et améliorant le service à la clientèle.
- ✓ **Efficacité opérationnelle** : L'automatisation et l'intégration des processus via les TIC augmentent l'efficacité en diminuant les tâches redondantes et en minimisant les erreurs.
- ✓ **Performance globale** : Une meilleure coordination et une communication efficace grâce aux TIC améliorent la performance globale de l'entreprise, favorisant une croissance durable et une rentabilité accrue.

Selon LEKHAL Amel et AI « *la nécessité de l'utilisation des TIC, a un apport considérable à l'entreprise. Pour les employés de l'entreprise le système d'information leur permet la simplification des tâches et à gagner du temps et à gérer efficacement l'information et aussi à rendre l'information accessible.* »<sup>75</sup>

Ainsi, l'adoption et l'optimisation continue des TIC sont essentielles pour assurer une croissance durable et une rentabilité accrue pour CEVITAL.

#### **5. Les domaines/ services spécifiques où les TIC sont actuellement utilisés pour améliorer la performance organisationnelle de l'entreprise.**

Tous les répondants ont confirmé qu'il n'existe aucun domaine qui n'est pas touché ou concerné par les technologies de l'information et de la communication.

Après avoir analysé cette réponse, il devient évident que l'affirmation selon laquelle les TIC touchent tous les domaines met en lumière l'importance et l'influence croissante de ces technologies au sein des entreprises. Les TIC optimisent les transactions en ligne, améliorent la gestion des stocks, et facilitent la communication interne et externe.

Les plateformes de communication unifiée, sont utilisées chez CEVITAL pour faciliter la collaboration entre les équipes internes. Les employés peuvent partager des informations, organiser des réunions virtuelles et coordonner des projets en temps réel, améliorant ainsi la communication et la coordination entre les départements.

---

<sup>75</sup>LEKHAL, A. et AI, « la contribution des NTIC dans la flexibilité de l'entreprise », revue économique des business et commerce, 03/08/2017

Selon TRISTAN Klein et DANIEL Ratier : « *les TIC regroupent les différentes techniques utilisées dans les domaines de l'informatique, d'internet et des télécommunications. Elles ont profondément impacté le monde du travail au cours des dernières décennies, entraînant une transformation majeure. Les TIC ont été largement adoptées par la plupart des secteurs d'activité, et aujourd'hui, la majorité des salariés sont des utilisateurs de ces techniques. La proportion de ceux qui n'ont pas accès aux TIC diminue régulièrement.* »<sup>76</sup>

Cette présence généralisée des TIC démontre leur rôle crucial dans l'amélioration de la compétitivité, de l'efficacité opérationnelle, dans tous les domaines.

#### **6. Les défis rencontrés par l'entreprise en matière des TIC et la façon dont actuellement sont gérés.**

Le responsable SI (système d'informatique) a déclaré : « *je vais vous citer deux défis majeurs, le premier est la vitesse de développement de la technologie, de jour et lendemain vous allez trouver des nouvelles technologies, de nouveau mis à jour, on est appelé d'être en même niveau, de suivre cette technologie. Le deuxième défi est la gestion de changement, par exemple en tant que direction des systèmes d'informatique, on est appelé de suivre, de la ramener, de la déployer. Pour les suivre et être à jour c'est via les formations, via les participations aux séminaires. Pour la gestion des changements on utilise des méthodes standards pour accompagner et aider les utilisateurs (les salariés qui utilisent les TIC) pour faciliter l'utilisation* ».

L'ingénieur en contrôle de qualité et analyse des agréments à détailler : « *Aujourd'hui, il y a énormément de contraintes. Par exemple, le flux physique pose problème car il n'est pas toujours respecté. En raison des délais de transport et des routes non respectées, nous avons une plateforme à Bouira et devons approvisionner une usine avec des matériaux spécifiques, ce qui nécessite de calculer le temps de transport. Nous nous retrouvons avec un stock tampon considérable au niveau de l'unité, alors que cela ne devrait pas être le cas. Cela est dû à des retards de camions et à divers problèmes et contraintes qui entravent un fonctionnement correct. Les technologies de l'information et de la communication (TIC) n'attendent pas et ne comprennent pas nos contraintes spécifiques, comme les particularités des emballages. Lorsque vous lancez un ordre de fabrication dans un système d'information, si tous les éléments nécessaires ne sont pas réunis, l'ordre ne passe pas, même si vous savez*

---

<sup>76</sup>TRISTAN, K. et DANIEL, R. « l'impact des TIC sur les conditions de travail », 2012, page 09.

*que les cartons arriveront à une heure précise. Le système ne comprend pas ces nuances. Les défis actuels résident dans la gestion des flux et l'adhésion aux contraintes ».*

En analysant ces réponses, il apparaît que les défis associés aux TIC et à la gestion des flux logistiques sont complexes et nécessitent une approche globale.

Il est impératif de maintenir une formation continue et d'adopter des méthodes standardisées pour la gestion du changement.

En offrant une formation continue sur les nouvelles technologies et les meilleures pratiques de gestion, CEVITAL assure que ses employés acquièrent les compétences techniques nécessaires pour utiliser efficacement les nouveaux systèmes et outils.

Par exemple, une formation sur l'utilisation d'un nouveau logiciel de gestion des stocks permet aux employés de comprendre pleinement ses fonctionnalités et de l'exploiter au maximum de ses capacités.

Parallèlement, il faut améliorer la flexibilité des systèmes d'information afin de les rendre plus adaptés aux réalités opérationnelles. Ces actions permettront de réduire les inefficacités et d'optimiser les processus au sein des entreprises.

En adaptant les systèmes d'information aux réalités opérationnelles de l'entreprise, CEVITAL réduit les risques d'erreurs et améliore la gestion des flux logistiques. Par exemple, en intégrant des fonctionnalités de suivi en temps réel dans le système de gestion des stocks, CEVITAL peut identifier et résoudre rapidement les problèmes liés aux livraisons, minimisant ainsi les retards et les perturbations dans la chaîne d'approvisionnement.

#### **7. Les investissements récents ou prévus dans les TIC au sein de l'entreprise CEVITAL.**

D'après les répondants, les plus grands investissements récents dans leur entreprise c'est le SAP, (System, Applications, and Product in Data Processing) : Un logiciel ERP (Enterprise Resource Planning) largement utilisé par les entreprises pour la gestion des opérations et des relations clients.

Il est apparent que CEVITAL adopte une approche stratégique en investissant dans les dernières technologies et les systèmes les plus avancés afin de dynamiser l'amélioration de la performance de son entreprise.

Ces investissements témoignent d'une volonté de rester à la pointe de l'innovation et d'optimiser chaque aspect de leurs opérations pour atteindre des niveaux de performance plus élevés. Les investissements dans les TIC permettent d'automatiser les processus opérationnels chez CEVITAL, réduisant ainsi les tâches manuelles et les risques d'erreurs. Par exemple, l'automatisation des processus de commande et de gestion des stocks permet d'accélérer les délais de traitement et de minimiser les retards, améliorant ainsi l'efficacité globale de l'entreprise.

Les avantages à long terme des investissements dans les TIC pour CEVITAL sont multiples :

- ✓ **Efficacité Opérationnelle** : Une automatisation accrue des processus opérationnels permet des gains d'efficacité et de productivité, réduisant les coûts et maximisant les marges bénéficiaires.
- ✓ **Satisfaction Client** : Un service client amélioré grâce à des processus plus rapides et une communication plus transparente conduit à une fidélité accrue de la clientèle et à des recommandations positives, renforçant ainsi la réputation de l'entreprise.
- ✓ **Positionnement sur le Marché** : L'agilité et l'innovation permises par les investissements dans les TIC permettent à CEVITAL de rester compétitive dans un environnement commercial en évolution constante, assurant sa pérennité et sa croissance à long terme.

**Axe N° 03 : Les TIC ont un impact positif sur l'entreprise CEVITAL et apportent des améliorations considérables à sa performance organisationnelle.**

Dans cet axe on va découvrir l'apport et la contribution des TIC à la performance de l'entreprise CEVITAL.

### **1. La contribution des TIC à l'amélioration de l'organisation du travail dans l'entre- prise**

Pour le conseiller du DG (direction générale) qui a plus de 30 ans en tant que DRH (direction des ressources humain) : *« Nous avons vécu des améliorations considérables grâce au TIC au niveau des évaluations individuelles comme au niveau de l'inventaire ce qui facilite d'identifier et comptabiliser nos produits dans les stocks ».*



La réponse de l'informaticien est : « *les TIC ont contribué à la facilité et rapidité de la circulation de l'information au sein de l'entreprise et surtout dans les cas d'urgence et aussi au gain du temps* ».

Le directeur du marketing a indiqué que « *les TIC contribuent à l'amélioration de traitement de l'information, la gestion et le respect des flux* ».

Selon les réponses des enquêtés, nous récapitulons que les TIC sont intégrés dans toutes les brochures et les domaines existants dans l'entreprise CEVITAL, ce qui a contribué au changement des méthodes de travail au niveau de :

Les évaluations individuelles : elle contribue à la gestion des compétences des employés, comme ils peuvent y accéder facilement à des ressources en ligne, suivre des formations, et évaluer leur performance en fonction des objectifs atteints.

- ✓ **L'inventaire** : grâce à des systèmes d'information intégrés, l'entreprise peut suivre la mise à jour et enregistrer les mouvements des stocks, et réduire les erreurs en utilisant les codes-barres et les lecteurs portables
- ✓ **Facilite la circulation et le traitement de l'information** : l'accès instantané aux informations, permette aux employés de prendre des décisions avec certitude.
- ✓ **La gestion et le respect des flux** : faciliter la planification et la supervision des stocks et les mouvements de marchandises

Selon LEKHAL Amel et AI : « la nécessité de l'utilisation des TIC, a un apport considérable à l'entreprise. Pour les employés de l'entreprise le système d'information leur permet la simplification des tâches et à gagner du temps et à gérer efficacement l'information et aussi à rendre l'information accessible. »<sup>77</sup>

## 2. L'impact des TIC sur le rendement des salariés.

Le directeur du marketing a indiqué : « *d'abord le rendement de nos salariés était favorable, l'adaptation de nos salariés avec les nouvelles technologies évolue la performance de la qualité du travail* »

---

<sup>77</sup>LEKHAL, A. et AI, « la contribution des NTIC dans la flexibilité de l'entreprise », revue économique des business et commerce, 03/08/2017

La directrice de la DRH (direction des ressources humain) : « *le temps pour faire tel ou tel activité représente un coût, ensuite la réduction du temps avec les systèmes de technologie égale la réduction des coûts* ».

Alors, d'après les réponses obtenues, nous avons constaté que le rendement des salariés était favorable. L'usage adéquat des TIC contribue à :

L'évolution de la performance de travail : renforce les compétences des salariés, elle fournit des outils améliorant les conditions de travail.

Le gain du temps et réduction des coûts : les TIC permette d'éviter la redondance dans le travail, à travers la digitalisation, et les outils informatiques qui préoccupe presque la moitié des tâches du salarié.

### **3. Comment satisfaire les salariés à travers les TIC.**

L'informaticien dit que : « *le fait de mettre à sa disposition les moyens nécessaire pour qu'il ne trouve plus de difficultés à effectuer ses tâches, donc il est satisfait* ».

Le chef commercial annonce : « *un salarié peut être satisfait dans le sens ou y'a des applications qui relient tous les membres de l'entreprise afin de transmettre et recevoir des informations à courte durée* ».

Le conseiller du DG (direction générale) indique : « *la satisfaction des besoins du salariés peut être résultat de facilité des tâches de chaque employé, et se mettre à l'aise* ».

Donc, par rapport à leurs réponses, nous pouvons récapituler que l'utilisation des TIC :

- ✓ Réduit la force physique des employés, en utilisant des matériels technologiques, transmettre et recevoir les informations sans déplacement
- ✓ Facilite leurs tâches professionnelles, à l'aide de l'automatisation. Réduction des horaires de travail grâce à la rapidité de la productivité.

### **4. L'augmentation de la rentabilité de l'entreprise grâce aux TIC**

Pour le chef commercial ; « *tous les chiffres sont en verts* ».

Le directeur marketing a indiqué que « oui, elle est en augmentation par la réduction des coûts ». Pour les autres enquêtés sont met d'accord que les TIC augmente le chiffre d'affaires, à l'aide des technologies développées.

En analysant les réponses, nous avons trouvé qu'à l'appui des TIC l'entreprise CEVITAL, a vécu une amélioration reconnaissable au niveau de la rentabilité sur

L'augmentation des chiffres d'affaires : avec l'adoption des tic l'entreprise à atteinte des chiffres d'affaires plus élever et souvent en croissance par rapport aux autres.

### **5. La satisfaction des clients de l'entreprise :**

Dans ce point-là les enquêtés sont répartis en deux groupes :

- ✓ Le premier groupe a indiqué que le client est satisfait, à la faveur de l'accès rapide à ses besoins en information, qui veut dire qu'il peut trouver ses réponses sur son téléphone et avoir un rendez-vous sans déplacer à l'entreprise, il transmettre ses demandes et coordonnées personnelles via des systèmes technologiques.
- ✓ Concernant l'autre groupe, ils ont dit que toutes les procédures faites à travers les TIC sont claires, alors que le client n'aime pas trop la transparence à cause de demande des registres et des facturations.

Nous avons constaté que y'avait des clients satisfait de l'utilisation des TIC par suite de l'accès facile à l'information, ils peuvent avoir toutes les données et informations sur l'entreprise et le produit à un simple clic sur des sites internet et systèmes informatiques.

En revanche, y'avait d'autres qui ne sont pas à l'aise du fait de l'utilisation des TIC car ces dernières sont claires et évidentes dans les transactions, en plus elles demandent des documents reconnus et confidentiels, du coup ses conditions n'aident pas une telle catégorie de clients.

### **6. Les commandes passées par des sites internet depuis l'utilisation des TIC.**

Tous les enquêtés ont répondu qu'ils n'ont jamais effectué des ventes via des sites internet et qu'ils préfèrent de les faire face à face.

Vue que CEVITAL est une grande entreprise et elle travaille avec des grossistes et distributeurs qui achètent des produits en grande quantité cela nécessite le déplacement du client à l'entre-prise.

Les transactions qui nécessitent des chiffres très élevé ne peuvent plus s'exécuter dehors un écran.

### **7. L'amélioration des qualités des produits après l'usage des TIC.**

Pour le directeur : « *CEVITAL donne une grande importance à la qualité de ses produits par l'engagement dans le processus de certification ISO 22000 version 2005* ».

Selon le conseiller du DG : « *dans chaque unité de production, on mit en place des laboratoires microbiologies équipés des outils d'analyses très performants* ».

L'informaticien a indiqué : « *en ce qui concerne la conformité, on utilise un système qui suit la qualité des produits, les non-conformités ainsi que les réclamations clients afin de les prendre en considération en employant un plan d'action. Ce système s'appelle "KALIPRO"* ».

Selon les résultats, nous remarquons que les systèmes et programmes des nouvelles technologies ont contribué puissamment à l'amélioration et à la conformité de la qualité des produits CEVITAL qui sont "KALIPRO" qui offre l'opportunité de piloter l'ensemble du système de management de la qualité à travers une seule et unique interface et "ISO 22000" qui permet d'identifier et maîtriser des dangers liés à la sécurité des aliments et à fournir en parallèle des produits finis et sûrs.

### **8. L'exploration de nouveaux produits, nouveaux procédés et nouvelles zones géographiques.**

#### **✓ Pour la première partie de la question :**

Le directeur marketing répond : « *à travers des sondages d'opinions sur le site internet, on peut accéder aux avis d'un public large sur le produit qu'ils veulent nous rajoutés à la gamme de l'entreprise* ».

Le responsable en contrôle de qualité affirme : « *avec le développement de la technologie, CEVITAL avait moins de contrainte pour essayer un nouveau produit* ».

D'après les résultats obtenus, nous disons que CEVITAL a exploré plein de nouveaux produits moyennant des TIC qui ont accordé à l'entreprise de connaître les recommandations des clients et les produits tendances, en plus de la disponibilité des outils et des systèmes de fabrications et de productions, on peut citer l'exemple de la mayonnaise, les sauces, et le ketchup

✓ **Pour la deuxième partie de la question :**

Le directeur commercial affirme : « *CEVITAL a pu élargir son commerce en inaugurant dans d'autres lieux sans hésitation grâce aux TIC bien sûr qui nous permettent d'avoir des liens de communication et pouvoir connaître l'état de chaque zone sans besoin de déplacer* ».

La directrice DRH : « *à travers des logiciels, on peut suivre le processus de la distribution des produits dès la sortie des camions jusqu'à leurs arrivés, et ça nécessite plus d'être sur place* ».

Pour l'informaticien, « *CEVITAL a racheté une unité de jus de fruit COJEK à ELKSEUR, à la faveur des TIC qui nous a permis de moderniser les outils de production et avoir la capacité de produire plus de 14 400 tonnes par an* ».

Pour les autres répondants, ils ont dit que ; oui CEVITAL a pu investir dans d'autres zones et élargir sa gamme de produit comme le jus de fruit à l'unité d'EL KSEUR et l'eau minérale LELLA KHEDIDJA à TIZI-OUZOU à l'aide des technologies et les outils de productions développés.

Donc, CEVITAL a exploré de nouvelles zones géographiques à EL KSEUR et TIZI-OUZOU à la faveur des TIC, puisqu'elle leur offre la capacité de gérer et maintenir le déroulement des activités à distance.

### **9. Le développement futur des TIC.**

Le directeur marketing dit avec ses propres mots que « l'amélioration, par ce que finalement, quel que soit le niveau des TIC intégrés dans l'entreprise y'a toujours des manques et des choses à améliorer ».

Le conseiller du DG indique : « *vu l'accélération rapide des TIC, on peut s'attendre à tout* ».

Nous constatons, qu'avec le développement rapide des TIC, l'entreprise peut se bénéficier de la numérisation et la digitalisation totale pour effectuer ses tâches, et diminuer de plus en plus le besoin de l'effort humain, en plus de maintenir une meilleure gestion de la relation clients.

## **Section 2 : Discussion des résultats de l'enquête**

A travers cette section, nous allons procéder à déterminer les résultats de notre enquête de terrain.

### **1. La discussion des résultats de l'enquête**

Après avoir analysé les données de l'enquête et dans l'objectif d'infirmer ou confirmer nos hypothèses de recherche selon toutes les données collectées, il s'agit dans cette section de vérifier nos hypothèses. Donc après une analyse préalable, les résultats de notre enquête sont comme suit :

#### **- Vérification de la première hypothèse :**

**La première hypothèse est :** Pour renforcer sa performance organisationnelle, CEVITAL peut améliorer ses capacités en TIC, en intégrant de manière accrue les outils numériques et en offrant des formations continues au personnel.

Une mise à jour des infrastructures informatiques permettrait à CEVITAL de bénéficier des dernières avancées technologiques, garantissant ainsi une plus grande efficacité, une meilleure sécurité des données et une gestion optimisée des ressources informatiques. Cela pourrait également permettre à l'entreprise de mieux répondre aux besoins changeants du marché et d'adapter ses processus internes en conséquence. Cette hypothèse est confirmée d'après les réponses bien détaillées par l'ensemble des personnes interrogées aux deux premières questions de premier axe qui démontre les principaux systèmes et technologies de l'information et de communication utilisés au sein de votre entreprise et leur rôle. Aussi leurs réponses à la quatrième (4) question qui démontre l'intégration des technologies de l'information et de la communication (TIC) par l'entreprise CEVITAL dans ses processus opérationnels.

Cela indique que des technologies de l'information et de la communication (TIC) sont indispensables dans les entreprises. Elles permettent l'automatisation de nombreuses tâches répétitives et administratives, ce qui libère du temps pour les employés afin qu'ils puissent se concentrer sur des tâches à plus forte valeur ajoutée.

Le propos théorique de Nathalie COLOMBIER et AI soutient cette perspective « *les TIC en tant qu'outil de traitement et de circulation de l'information formalisée participent à la mise en place d'une meilleure coordination entre les différents unités de l'organisation et contribuent ainsi à la performance de l'entreprise.* »<sup>78</sup>

Les entreprises génèrent et traitent une grande quantité de données. Les TIC facilitent le stockage, la gestion et l'analyse de ces données, ce qui aide à prendre des décisions éclairées. Ces outils permettent aux entreprises de centraliser l'information, facilitant ainsi l'accès aux données pertinentes pour les employés, ce qui peut améliorer la prise de décision et l'efficacité opérationnelle.

#### - **Vérification de la deuxième hypothèse :**

**La deuxième hypothèse :** Les TIC ont un impact significatif sur la performance organisationnelle de CEVITAL, en permettant une augmentation de la productivité, un bon rendement du travail, une bonne organisation du travail et une satisfaction accrue des salariés.

L'entreprise CEVITAL améliore nettement sa performance organisationnelle grâce aux effets positifs des technologies de l'information et de la communication (TIC). À la lumière des explications et éclaircissements donnés par les personnes interviewées à travers les réponses à la huitième (8) question qui précise la contribution des (TIC) à l'amélioration de l'organisation du travail au sein de l'entreprise CEVITAL. La neuvième (9) question qui démontre le rendement des salariés de l'entreprise suite à l'utilisation des TIC. La (10-11) question qui dicte la satisfaction de salariés, et l'augmentation de la rentabilité. D'après les détails reçus, l'hypothèse est confirmée. Nathalie COLOMBIER confirme que : « .... L'évolution vers des organisations plus horizontales exige, mais aussi facilite une meilleure

---

<sup>78</sup>COLOMBIER, N. « Usage des TIC, Condition de travail et satisfaction des salariés », revue dans réseaux, 2007, page 119.

qualification des salariés. Les salariés utilisateurs des TIC devraient donc se voir confier des tâches moins répétitives. »<sup>79</sup>

CEVITAL accorde une grande importance technologie de l'information et de la communication, elles apportent une augmentation de la productivité, automatisent les tâches répétitives et administratives, libérant ainsi du temps pour que les employés se concentrent sur des activités à plus forte valeur ajoutée. Un meilleur rendement du travail, les TIC facilitent la collecte, le stockage et l'analyse des données, permettant des décisions plus rapides et mieux informées. Une organisation du travail plus efficace, et une satisfaction accrue des salariés au sein de l'entreprise CEVITAL.

### **Conclusion :**

En conclusion, cette partie pratique a permis d'appliquer les concepts théoriques étudiés et de vérifier leur pertinence dans un contexte réel. Grâce à diverses expériences et analyses, nous avons pu démontrer la validité de nos hypothèses et apporter des contributions significatives à notre domaine de recherche. Les résultats obtenus soulignent à la fois l'importance de la recherche empirique et l'ampleur de l'engagement et des efforts investis dans cette démarche.

---

<sup>79</sup>COLOMBIER, N. « Usage des TIC, Condition de travail et satisfaction des salariés », revue dans réseaux, 2007, page 119.



# **CONCLUSION GENERALE**

A l'issue de ce travail, il est primordial de rappeler l'objectif initial de notre étude, qui était l'intégration des technologies de l'information et de la communication par les entreprises, et de découvrir son impact sur l'entreprise et à sa performance organisationnelle.

Il est également essentiel de recevoir la question initiale qui nous a guidés tout au long de notre recherche, afin de retracer brièvement notre démarche et mettre en évidence les spécificités de notre étude : Est-ce que l'entreprise CEVITAL peut-elle garantir sa performance organisationnelle suite à l'intégration des technologies de l'information et de la communication ?

Notre travail a débuté par une familiarisation approfondie avec le sujet, clarifiant ainsi notre objectif de recherche. Cette phase a impliqué une revue de la littérature existante et des études antérieures, la formulation de la problématique de recherche l'explication des hypothèses ainsi que des concepts clés.

Ensuite, il a été nécessaire de s'appuyer sur les théories générales relatives à notre sujet d'étude, afin de comprendre ce qui a été dit et explique sur l'intégration des technologies de l'information et de la communication (TIC) par les entreprises et son impact sur sa performance organisationnelle.

Cette étape nous a permis de mettre en évidence les contributions théoriques des TIC à l'entreprise algérienne. Ensuite, nous avons détaillé les méthodes et techniques utilisées dans notre recherche, en expliquant clairement chaque étape, et nous avons décrit en détail le contexte de notre domaine d'étude, à savoir l'entreprise CEVITAL.

La dernière partie de notre étude portait sur la présentation des résultats obtenus et leur interprétation en fonction des données collectées sur le terrain. Dans le cadre d'étude, nous avons cherché à vérifier si les entreprises intègrent les technologies de l'information et de la communication, et nous concentrant sur l'entreprise Cevital. Pour y parvenir nous avons recueilli des informations grâce aux entretiens menés auprès des cadres de l'entreprise.

Les résultats de cette étude confirment largement l'appropriation des technologies de l'information et de la communication par les l'entreprise CEVITAL et leur impact réel sur les salaires en termes d'organisation et de communication au sein de l'entreprise. En effet

l'intégration des TIC à améliorer le travail des employés de cette entreprise en facilitant la communication, l'exécution des tâches, le traitement des affaires et la prise de décisions.

Grâce aux résultats de cette études, nous avons pu constater que l'entreprise Cevital a connu un développement considérable par rapport aux années précédentes sur l'intégration et l'usage de ces technologies de l'information et de la communication.

En effet, les résultats de nos études ont révélé que l'utilisation des TIC a contribué à accélérer les processus de travail au sein de l'entreprise. Grâce aux technologies, Cevital a été en mesure d'automatiser certaines tâches, d'améliorer l'efficacité et de réduire les délais de production, une accélération dans le traitement des affaires. Cela a permis à l'entreprise de gagner en productivité et de répondre plus rapidement aux demandes du marché.

Par ailleurs, les TIC ont facilité la collaboration entre des différentes directions de l'entreprise. Les outils de communication et de partage d'information ont favorisé une meilleure coordination et une circulation fluide des données entre les différents départements de CEVITAL. Cela a permis une prise de décision plus rapide et meilleure gestion des ressources.

Enfin, nous avons également examiné la fréquence d'utilisation des TIC au sein de l'entreprise CEVITAL et leur impact sur l'organisation du travail. Les résultats ont montré que les TIC étaient largement intégrées dans les processus quotidiens de l'entreprise. Les employés utilisent régulièrement les TIC pour communiquer, partager des informations, collaborer sur des projets et coordonner leurs activités. Cette utilisation généralisée des technologies de l'information et de la communication a grandement amélioré l'efficacité et la rapidité des échanges au sein de l'entreprise.

# **La liste bibliographie**

### ✓ Les ouvrages théoriques :

- 1) ALLAB, S & SWYNGEDAUF, N & TALANDIER, D. (2000). La logistique et les nouvelles technologies de l'information et de la communication (ECONOMICA).
- 2) ALLAB.S, SWYNGEDAUF.N, TALANDIER.D (2000), « la logistique et les nouvelles technologies de l'information et de la communication ».
- 3) AMABILE, S., CARON-FASAN M., 2002, « Contribution à une ingénierie des systèmes d'information orientée complexité », In Faire la recherche en systèmes d'information, Vuibert, Paris.
- 4) CHARPENTIER, P. « Organisation et gestion de l'entreprise », édition Nathan.
- 5) COLOMBIER, N. « Usage des TIC, Condition de travail et satisfaction des salariés », 2007,
- 6) DOE, J. A. (2019). Internal Applications of E-commerce in Supply Chain Management. Journal of Electronic Commerce Research.
- 7) DOLAN SHIMON, L. et autres (2002), « psychologie de travail et comportement organisationnel », 2eme édition ; édition Gaetan Morin, Quebec, canada.
- 8) DUFOUR, A (2012), « Internet, l'entreprise et les nouveaux métiers ».
- 9) GROSJEAN, S, BONNEVILLE, L(2011), « La communication organisationnelle ; approches, processus et enjeux » édition Frederic Raguenez.
- 10) LEKHAL Amel et AI, la contribution des NTIC dans la flexibilité de l'entreprise, revue économique des business et commerce, 03/08/2017
- 11) LIBAERT, T. WESTPHALEN, M-H. (2012). Toute la communication d'entreprise (6<sup>ème</sup> édition). Dunod.
- 12) LIBAERT, T. WESTPHALEN, M-H. (2012). Toute la communication d'entreprise (6<sup>ème</sup> édition). Dunod.
- 13) Marie Hélène Westphalen : Communication : Le guide de la communication d'entreprise.
- 14) Marie Hélène Westphalen : Le guide de la communication d'entreprise.

- 15) Nathalie COLOMBIER, usage des TIC, Condition de travail et satisfaction des salaries, revue dans réseaux, 2007,
- 16) PAULIN, D, (28 févr. 2023), La boîte à outils du Responsable communication 3<sup>e</sup> édition
- 17) SAADOUN, M : Technologie de l'information et manager.
- 18) SIEGRIST, M, (01 novembre 2002), Enquête. Leviers de compétitivité, ces technologies doivent aussi rapporte.
- 19) SIMON, H : Administration et processus.
- 20) SIMON, H : L'information dans l'organisation.
- 21) SMITH, J. A. (2020). The Impact of Social Media Marketing on E-commerce Sales. Electronic Commerce Research and Applications,
- 22) TRISTAN K et DANIEL R, l'impact des TIC sur les conditions de travail.
- 23) TRISTAN Klein et DANIEL Ratier, l'impact des TIC sur les conditions de travail, 2012,
- 24) ZAZA, M, (2016), L'impact des technologies de l'information et de la communication sur l'entreprise.

✓ **Les ouvrages méthodologiques :**

- 1) ANGERS, M, initiation pratique a la méthodologie de la recherche, éd, casbah, 1997.
- 2) CHARPENTIER, P (2011). « Organisation et gestion de l'entreprise », édition Nathan, paris.
- 3) GUIDERE, M, méthodologie de la recherche, éd. Ellipses, Paris, 2004.
- 4) ISSOR, Z. (2017). La performance de l'entreprise : un concept complexe aux multiples dimensions. Dans projectics/proyéctica/projectique.
- 5) MOUHAMED K, (les TIC, le capital humain, les changements organisationnels et la performance des PME manufacturières) Paris 2013.
- 6) RAYMOND Q, VANCAMPENHOUDT, L, Manuel de recherche en science social, 3eme Edition, paris.

- 7) SAVARD (J.G.), 1978, Statistiques, Montréal, éd. HRW, traduit et adapté de Gilbert (N.)
- 8) SILEM, A & ALBERTINI, J-M, Lexique d'économie, 7<sup>e</sup> édition, Dalloz, 2002.
- 9) SPIEGEL (M.R.), 1974, Théorie et applications de la statistique, Ediscience

✓ **Les articles périodiques :**

- 1) ARIS, A : Les autoroutes de l'information, (1997), Presses, Universitaires de France, PARIS.
- 2) ARIS, A : Les autoroutes de l'information, (1997), Presses, Universitaires de France, PARIS.
- 3) BELKHIRI, A. les enjeux des NTIC pour les entreprises algériennes. La revue des sciences commerciales.
- 4) BELKHIRI, A. les enjeux des NTIC pour les entreprises algériennes. La revue des sciences commerciales.
- 5) COLOMBIER, N, usage des TIC, Condition de travail et satisfaction des salaires, revue dans réseaux, 2007.
- 6) GARDENIER, M, (2020), Penser la communication horizontale dans le cadre de mouvements sociaux. Interrogations ? Revue pluridisciplinaire de sciences humaines et sociales.
- 7) L'équipe slack (2023, 6 avril). Outil de communication externe pour nouer des relations avec des entreprises extérieurs. Slack. Consulté le 26 avril 2024 sur <https://slack.com/intl/fr-fr/blog/collaboration/outil-de-communication-externe>
- 8) LEKHAL A et AI, la contribution des NTIC dans la flexibilité de l'entreprise, revue économique des business et commerce, 03/08/2017.
- 9) MONINO, J-L & SEDKAOUI, S. (2013) les TIC un outil indispensable pour une démarche d'intelligence économique. Marché et organisation.
- 10) MONINO, J-L & SEDKAOUI, S. (2013) les TIC un outil indispensable pour une démarche d'intelligence économique. Marché et organisation, (18).

- 11) NWAMEN, F. (2006). Impact des technologies de l'information et de la communication sur performance commerciale des entreprises. La revue des sciences de gestion, (218).
- 12) ROGMANI, P et WILD, V. (1998) l'intelligence économique au service de l'entreprise, les presses de management, paris.
- 13) SAVARD (J.G.), 1978, Statistiques, Montréal, éd. HRW, traduit et adapté de Gilbert (N.)
- 14) TCHOUASSI, G, 2017, « Les besoins en informations dans les entreprises » Dans Revue Congolaise de Gestion (Numéro 24).

✓ **Les thèses de mémoires :**

- 1) AG OUFENEE, H, (2022/2023), Le rôle des TIC dans le développement de travail au sein de l'entreprises privée Algérienne, mémoire de fin de cycle, université de BEJAIA,
- 2) LOUANAS, B., EKHLEF, A., (2014/2015), L'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur l'entreprise algérienne, Mémoire de fin de cycle, université de Bejaia.
- 3) LOUANAS, B., EKHLEF, A., (2014/2015), L'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur l'entreprise algérienne, Mémoire de fin de cycle, université de Bejaia
- 4) RACHEDI, A, Magister 2006, L'impact des TIC sur l'entreprise, Université de Saida.

✓ **Les dictionnaires et encyclopédie :**

- 1) Larousse. (2010). Information. Dans le dictionnaire Larousse.
- 2) Robert. (2011). Communication. Dans le dictionnaire le Robert.

✓ **Les sites électroniques :**

- 1) Gestion-de-l-expérience/étude-marche/methode-echantillonnage <https://www.qualtrics.com/fr/>
- 2) <http://www.guidepme.com/Limites-des-NTIC>
- 3) <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais>



- 4) La boîte à outils de la Publicité, (2023), Fiche 05 : Les sources d'information  
<https://www.e-marketing.fr/>
- 5) Le site web de groupe cevital, URL : <https://www.cevital.com/lhistoire-du-groupe>
- 6) Lexique-e-commerce/communication- ascendante <https://www.wizishop.fr>
- 7) Lexique-e-commerce/communication-descendante <https://www.wizishop.fr>
- 8) Revue-congolaise-de-gestion-2017-2-page-63 <https://www.cairn.info/>
- 9) Quels-sont-les-objectifs-principaux-d'un-site-e-commerce/  
<https://www.blabdesignfactory.it/fr/>

# **ANNEXES**

**Annexe 1 : le guide d'entretien**

**Université Abderrahmane Mira de Bejaia**

**Faculté des Sciences Humaines et Sociales**

**Département Sciences de l'Information et de la Communication**

**Spécialité : Communication et Relation Publique**

## **Guide d'entretien**

**Thème :« L'intégration des technologies de l'information et de la communication par les entreprises »**

Dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de fin d'étude, en vue de l'obtention du diplôme de master II en Sciences de l'Information et de la Communication, option « Communication et Relation Publique », nous vous prions de bien vouloir nous consacrer un peu de votre temps pour répondre à nos questions concernant notre thématique qui porte sur « L'intégration des technologies de l'information et de la communication par les entreprises », dont l'objectif est de collecter et réunir les données nécessaires pour la réalisation de notre mémoire.

Dans une démarche purement scientifique, nous espérons trouver à travers cet entretien les réponses à nos préoccupations. De ce fait prions de bien vouloir donner votre avis sur notre thématique, et de répondre aux questions avec un maximum de clarté.

Nous vous assurons que vos réponses seront confidentielles, car notre recherche est académique, nous vous remercions infiniment pour votre temps de répondre à ce guide d'entretien.

**Entretien réalisé par :**

1. DJAFRI Djahida

2. DJAOUD Ikram

**Encadrée par :**

Mme AGUERSIF SIHAM

**Année universitaire : 2023 /2024**

### **Axe N°I : Informations relatives aux personnes enquêtées :**

1. Le genre du répondant ?
2. L'âge du répondant ?
3. Quel est le poste que vous occupez-vous au sein de CEVITAL ?
4. Quelle est votre niveau d'instruction ?
5. Quelle est votre formation ?
6. Quel est votre expérience dans le domaine ?
7. Quelle est votre ancienneté dans l'entreprise ?

### **Axe N°II : Les capacités actuelles de l'entreprise CEVITAL en matière des TIC.**

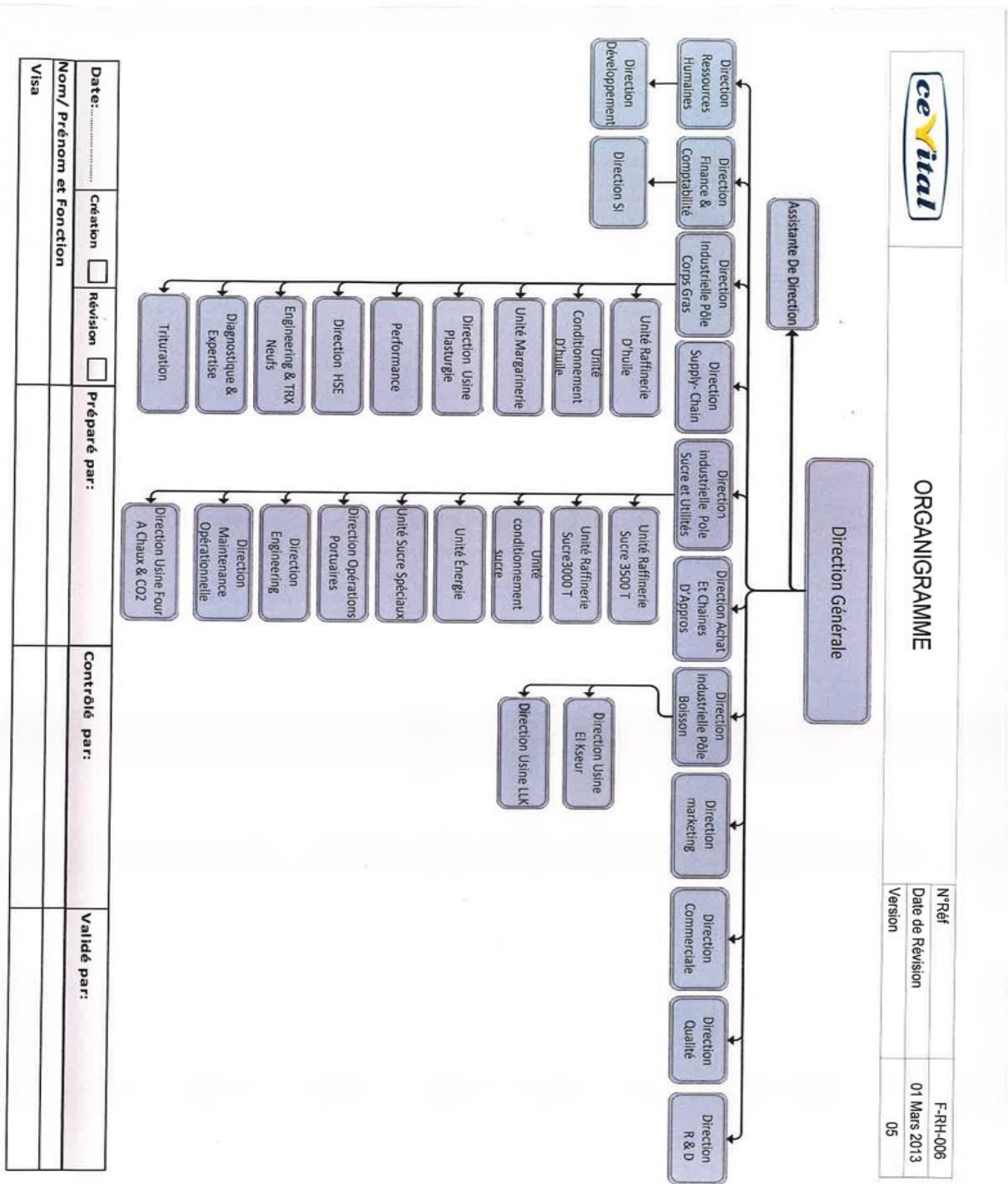
1. Quels sont les principaux systèmes de TIC utilisés au sein de votre entreprise ?
2. Est-ce que les TIC jouent un rôle important au sein de votre entreprise ?
3. L'information circule-t-elle plus rapidement depuis que votre entreprise utilise les TIC ?
4. Comment votre entreprise intègre-t-elle les technologies de l'information et de la communication dans ses processus opérationnels
5. Pouvez-vous nous citer quelques domaines ou services où les TIC sont actuellement utilisés pour améliorer la performance organisationnelle de votre entreprise ?
6. Y'a-t-il des défis rencontrés par votre entreprise en matière des TIC ? comment ils sont gérés ?
7. Quels sont les investissements prévus dans les TIC au sein de votre entreprise ?

### **Axe N°3 : Les TIC ont un impact positif sur l'entreprise CEVITAL et apportent des améliorations considérables à sa performance organisationnelle.**

1. Est-ce que les TIC contribuent-elles à l'amélioration de l'organisation du travail au sein de votre entreprise ?

2. Comment vous voyez le rendement des salariés de votre entreprise suite à l'utilisation des TIC ?
3. Comment les TIC peuvent-elles influencer sur la satisfaction de vos salariés ?
4. Avec l'utilisation des TIC, la rentabilité de votre entreprise est-elle en augmentation ?
5. Avec l'utilisation des TIC, vos clients ont-t-ils affiché une plus grande satisfaction ?
6. Avez-vous reçu des commandes de produits ou de services passés sur le site internet depuis votre utilisation des TIC ?
7. Est-ce que vous avez constaté une amélioration de la qualité des produits et services après l'usage des TIC ?
8. Avec l'utilisation des TIC, Avez-vous développé de nouveaux produits/services, nouveaux procédés ou exploré de nouvelles zones géographiques ? Lesquelles ?
9. Qu'attendez-vous des TIC pour les années futures ?

Annexe 2 : organigramme de l'entreprise CEVITAL



Source : les données internes de l'entreprise

**Annexe 3 : logo de groupe CEVITAL**



**Annexe 4 : logo de CEVITAL agro-industrie**



**Annexe 5 : Situation géographique de l'entreprise CEVITAL**



**Annexe 6 : l'huile fleurial**







Annexe 7 : l'huile elio



Annexe 8 : Margarinerie et graisses végétales



Annexe 9 : le sucre



Annexe 10 : Eau minérale



Annexe 11 : jus

### **Résumé :**

**Thème :** Intégration des technologies de l'information et de la communication par les entreprises

**Cas d'étude :** CEVITAL agro-industrie de Bejaia

Le sujet de recherche porte sur l'intégration des technologies de l'information et de la communication et leur impact sur sa performance au sein des entreprises.

L'introduction des technologies de l'information et de la communication a entraîné des changements significatifs dans l'environnement de travail dans les entreprises, notamment en ce qui concerne la structure organisationnelle et les méthodes de travail.

Cette étude a été menée au sein de l'entreprise privée qui est Cevital agro-industrie dans le but d'examiner comment les TIC ont influencé les pratiques de travail et la performance de l'entreprise.

Pour atteindre cet objectif, une approche qualitative a été adoptée, cela a permis de bien comprendre l'intégration des TIC par les entreprises et leur impact sur la performance organisationnelle.

L'enquête montre que l'entreprise CEVITAL a largement adopté les technologies de l'information et de la communication (TIC). Cette adoption a facilité la transition d'une structure hiérarchique traditionnelle vers une organisation plus flexible et adaptable. Les bénéfices de l'intégration des TIC sont nombreux : simplification des tâches, communication rapide et flux d'information accéléré, amélioration de la gestion des affaires et promotion du travail collaboratif.

Cependant, l'adoption des TIC a également engendré des défis, notamment en ce qui concerne les compétences humaines et la maîtrise des technologies. Il a fallu mettre en place des formations pour développer les compétences nécessaires et surmonter la courbe d'apprentissage associée à ces nouvelles technologies. De plus, la gestion du changement et la résistance initiale des employés ont constitué des obstacles supplémentaires à l'intégration réussie des TIC.

**Mots clés :** TIC, entreprise, information, communication, performance.

**La table des matières :**

**Introduction générale**..... 14

**Partie méthodologique**

**Chapitre 1 : Cadre méthodologique de la recherche**

**Préambule**.....15

**Section 1 : Analyse conceptuelle**

1. Les raisons du choix du thème.....15

4. Les objectifs de la recherche .....16

5. Problématique .....16

6. Les hypothèses.....18

7. Définition des concepts clés :.....18

7-1. TIC.....18

7-2. Entreprise .....19

7-3. Communication.....19

7-4. Information.....20

7-5. Intégration.....20

7-6. Performance .....21

8. Les études antérieures.....22

**Section 2 : Démarche méthodologique**

1. La méthode adoptée.....26

La méthode qualitative.....27

2. Les techniques utilisées pour la collecte des données.....27

L'entretien semi-directif.....27

3. Le choix de l'échantillon et la méthode d'échantillonnage.....28

L'échantillonnage non probabiliste typique..... 28

4. L'approche théorique adoptée.....29

La théorie de la diffusion de l'innovation.....29

5. Les difficultés rencontrées.....32

**Conclusion.....32**

**Partie théorique**

**Chapitre 2 : Histoire et évolution des technologies de l'information et de la communication (TIC).**

**Section 01 : Généralités sur les technologies de l'information et de la communication (TIC).....36**

**Préambule.....36**

4. Historique des TIC.....36

5. Notions des TIC.....37

    2-1-L'information.....37

    2-2-La communication :1-Le processus de communication 2-les domaines de la communication 3-Les formes et les supports de communication 4-les modes de la communication :

        2-3- Les technologies de l'information et de la communication (TIC).....42

6. Les caractéristiques des TIC.....43

    3-1- La vitesse.....43

    3-2- La compression du temps.....43

    3-3- La mémorisation.....43

    3-4- La connectivité.....43

    3-5- La flexibilité d'usage.....43

    3-6- l'efficacité.....43

    3-7- La mobilité.....43

**Section 02 : Rôles et Caractéristique des TIC**

3. Les outils des TIC.....44

    2-1- L'informatique.....44

        2-1-1- Les ordinateurs.....44

        2-1-2- Les programmes ou les logiciels.....44

2-2- Les réseaux de télécommunications.....	45
2 – Les avantages des TIC .....	45
3 Les limites des TIC.....	46
<b>Conclusion.....</b>	<b>46</b>
<b>Chapitre 3 : Intégration des TIC au sein des entreprises</b>	
<b>Section 01 : Les technologies de l’information et de la communication au sein de l’entreprise</b>	
<b>Préambule.....</b>	<b>48</b>
<b>1-Dualisme information / communication.....</b>	<b>48</b>
<b>A- Le déroulement et l’évolution de l’information au sein de l’entreprise.....</b>	<b>48</b>
1- L’information dans l’entreprise.....	48
1-1- Les sources de l’information dans l’entreprise.....	49
1-2- Les sources formelles et informelles.....	49
2- Les sources internes et externes.....	50
3- Les chemins de l’information au sein de l’entreprise.....	50
<b>B- La communication organisationnelle ou le développement de la communication au sein de l’entreprise :.....</b>	<b>51</b>
1- L’histoire de la communication organisationnelle.....	52
2- Les processus de la communication au sein de l’entreprise.....	52
3- Les modèles de communication au sein de l’entreprise.....	53
4- Le plan de communication au sein de l’entreprise.....	56
<b>2-Les différentes technologies d’information et de communication utilisées au sein de l’entreprise.....</b>	<b>57</b>
2-1. L’internet.....	58
2-2. L’intranet.....	58
2-3. L’extranet.....	60
2-4. Le groupware.....	60
2-5. Workflow.....	61
2-6. E-mail.....	62

<b>3-L'importance de s'investir pour l'entreprise dans les TIC.....</b>	<b>62</b>
<b>4-Le rôle des TIC au sein de l'entreprise :.....</b>	<b>63</b>
1- La diffusion de l'information.....	68
2- L'usage des TIC pour le commerce de produits (ou services) de l'entreprise .....	69
2-1 Le rôle de l'internet.....	69
2-2 Le rôle de commerce électronique.....	70
<b>5-Les différentes applications de commerce électronique.....</b>	<b>67</b>
1-Les applications externes.....	67
2-Les applications internes.....	69
3-Les objectifs de commerce électronique.....	70
 <b>Section 2: Les TIC et son effet sur la performance de l'entreprise.</b>	
3- Comment peut-on réussir les TIC dans l'entreprise.....	71
4- L'effet des TIC sur la performance des entreprises.....	73
3-1- Sur les ressources humaines.....	73
3-2- Sur l'organisation de travail.....	73
3-3- Sur la productivité et le rendement.....	73
3-4- Sur l'organisation et la structure organisationnel.....	74
3-5- Sur les conditions de travail.....	74
<b>Conclusion.....</b>	<b>74</b>
 <b>Partie pratique</b>	
<b>Chapitre 4 : Analyse et interprétation des données.....</b>	<b>76</b>
<b>Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil.....</b>	<b>76</b>
<b>Préambule.....</b>	<b>76</b>
6. Historique de l'entreprise« CIVITAL » .....	76
7. Situation de l'entreprise.....	76
8. Les activités de l'entreprise « CIVITAL » et ses missions.....	76

9. L'effectif et domaine d'activité de l'entreprise.....	78
10. Les missions et objectifs et les valeurs de l'entreprise.....	80
<b>Section 02 : Présentation des caractéristiques de la population d'étude et les résultats de l'enquête .....</b>	<b>80</b>
4. Analyse et interprétation des données.....	80
5. Discussion des résultats de l'enquête.....	101
<b>Conclusion.....</b>	<b>103</b>
<b>Conclusion générale.....</b>	<b>105</b>
<b>La liste bibliographique.....</b>	<b>108</b>
<b>Les annexes.....</b>	
<b>Le guide d'entretien.....</b>	
<b>Le résumé.....</b>	