

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de L'Enseignement Supérieur et
De la Recherche Scientifique
Université Abderrahmane Mira – Bejaia-



Faculté des sciences humaines et sociales
Département des sciences humaines

Mémoire de Fin De Cycle

En vue de l'obtention du diplôme de master en sciences de l'information et de la communication.

Option : Communications et relations publiques

Thème

Le rôle de la communication interne à travers les nouvelles technologies dans l'optimisation des relations entre l'entreprise et ses salariés

Cas pratique : CEVITAL de BEJAIA

Présenté par :

☞ MAOUCHE LISA
☞ KHELOUFI YASMINE

Encadré par :

Mme OUAZEN SALIMA

Année universitaire 2023 - 2024

Dédi c a c e

Je dédie ce travail ce travail de recherche à:

A mes parents, qui m'ont soutenue et encouragée durant ces années d'études.

À

Mon mari, SAMY

À

Mes très chères sœurs : RYMA & AMEL, à leurs maris et leurs enfants :

BADERDINE, INES, GAÏS, BILAL

À

Mes oncles et leurs familles

À

SAMIA

Enfin, à tous ceux qui m'ont aidé de près et de loin.

KARIMA, NESRINE, SARAH, AHMED, ZAKARI, RAYAN

Ma binôme YASMINE qui ma soutenue pour finir ce modeste travail.

✧Lisa✧

DEDI CACE

Je dédie ce travail : aux deux êtres les plus chers au monde, mes parents, merci pour votre soutien inconditionnel, vos conseils qui m'ont guidé vers la réussite.

À

Mes très chères sœurs : RYMA, AMINA

À

Mon frère : BILLEL

À

Ma nièce SYRINE et mon neveu MOHAMED

À

Mes cousines: KARIMA, SOUAD, NINA SOFIA, DALIA

À

Ma copine KATIA

À

Ma binôme LISA qui ma soutenue pour finir ce modeste travail et à tous mes amies de la section

À

Ma promotrice de mémoire Madame OUAZEN Salima

À

Enfin, à tous ceux qui m'ont aidé de près et de loin.

✧Yasmine ✧

REMERCIEMENT

Nous tenons tout d'abord à remercier dieu le tout puissant et miséricordieux, qui nous a donné la patience le courage et la force de réaliser ce modeste travail.

Nous remercions également et sincèrement :

Notre promotrice OUAZEN SALIMA, de nous avoir fait l'honneur de nous encadrer, et l'intérêt qu'elle a Montrer envers ce travail, sa patience, sa disponibilité, et ses conseils pertinents, et surtout son aide durant toute la période du travail.

Nous remercions en particulier le directeur RH de l'entreprise CVITAL de Bejaia de nous avoir donné l'opportunité d'exécuter un travail de terrain d'un mois et un grand merci également à nous enquêtés d'avoir eu la patience de répondre à notre questionnaire sur notre thème de recherche.

Nous tenons à présenter nos sincères remerciement à tous les professeurs qui nous ont enseigné et par leurs capacités nous ont soutenus dans poursuite de nos études.

Nos remercions également les membres de jury pour l'intérêt qu'il ont porté à notre recherche en acceptant d'examiner notre travail et de le développer par leurs propositions.

En fin, nos vifs remerciements à toutes personne qui a participé de près et de loin pour l'accomplissement de ce modeste travail, DJOUDER samir.

Liste d'abréviations

Les abréviations	Significations
NTIC	Nouvelles technologies de l'information et de la communication
RH	Gestion des ressources humaines
COM	Communication
N°	Numéro

Liste des images

N° de l'image	intitulés	page
Image N°1	Huile végétale fleurial	
Image N°2	Huile élio	
Image N°3	Beurre tendre gourmand fleurial	
Image N°4	Beurre fleurial/mâtina	
Image N°5	Graisse végétal feuilletage	
Image N°6	Sucre roux/sucre blanc	
Image N°7	Légumes secs	
Image N°8	sauces	
Image N°9	Jus et boissons	

SOMMAIRE

Introduction

Chapitre1 : analyse conceptuel

1. Problématique.....	5
2. Les Hypothèses et les objectifs de l'étude.....	6
3. Définitions des concepts clé.....	8
4. Etudes antérieurs	10

Chapitre2 : Démarche méthodologique

1. Méthode de l'étude.....	15
2. Outils de l'étude	15
3. Echantillon de l'étude et la technique utilisée.....	16

Chapitre 3 : Partie théorique : Généralités sur la communication

1.1. Définition de la communication.....	21
1.2. Les éléments de la communication	21
1.3. Les objectifs de la communication.....	22
1.4. La cible de la communication	23
1.5. Les formes de la communication	23
1.6. Les types de la communication	24

Section :02

1.1. La communication interne au sein de l'entreprise	25
1.2. Définition de la communication interne.....	25
1.3. La communication d'entreprise	25
1.4. Les domaines de la communication d'entreprise.....	26

Section :03

1.1. Les types de la communication interne au sein de l'entreprise	26
1.2. Les supports de la communication interne.....	27
1.3. Les outils de la communication interne	28
1.4. Les Cible de la communication interne.....	29
1.5. Les enjeux de la communication interne.....	30
1.6. Les avantages de la communication interne.....	30

Chapitre 4 : Les nouvelles technologies

Section01 :

1.1. Les nouvelles technologies pour optimiser les relations entre l'entreprise et salariés ...	34
1.2. Définition des NTIC.....	37
1.3. Composantes des NTIC.....	38
1.4. Les avantages de l'utilisation des NTIC	40
1.5. Les difficultés liées à l'adoption des NTIC	41

Section02 :

1.1. L'impact des NTIC sur la relation entre les salariés et l'entreprise.....	42
1.2. Les nouvelles technologies dans les entreprises	42
1.3. Rôle des NTIC pour optimiser la relation entre entreprise et ses salariés	42

Chapitre 5 : Présentation des données

Section01 : Présentation de l'organisme

- Présentation du groupe CEVITAL Situation géographique.....	49
- Valeurs et vision du groupe CEVITAL.....	49
- Mission des différents services. (Organigramme).....	52
- Organisation administrative des services. (Organigramme)	52
- Les produits et marques.....	54

Section02 : étapes de réalisation de l'enquête :

- Pré-enquête.....	58
- Période de l'enquête	59

Chapitre 6 : Présentation des résultats :

- Analyse des tableaux.....	62
- Présentations et analyses des hypothèses	64
- Résultats et discussions des hypothèses	65

Conclusion	70
-------------------------	----

Listes bibliographique

Annexe



INTRODUCTION



La communication est un élément fondamental dans notre vie, quotidienne ou professionnelle parce qu'elle permet d'établir des connaissances significatives, et de faire passer des informations d'une Personne à une autre ou d'un groupe à un autre, elle joue un rôle crucial sur la façon dont l'être humain, exprime ses sentiments, ses émotions. La communication peut prendre de différente forme, Allant de la communication, verbal qui désigne particulièrement l'utilisation du langage à travers, la Voix ; l'écriture aussi l'ensemble de signe. Pour une communication efficace il faut développer une écoute Active et savoir solliciter les avis et la simplicité. La compréhensibilité peut renforcer les Relations, Régler les conflits, établir des relations florissantes. La communication est un besoin fondamental Dans la société, elle influence notre vie dans tous ses aspects.

L'un des facteurs les plus important qui aide, l'entreprise à optimiser ces relations avec les salariés C'est de mettre en place une communication interne, qui est vital puisque, elle joue un rôle majeur Dans la réussite des entreprises, et de mieux faire circuler l'information entre les collaborateurs, Cette communication doit impliquer chaque acteur de l'entreprise, afin que chacun puisse s'exprime Et partager ses idées et son travail. L'absence d'une bonne stratégie en interne représente une perte Pour l'entreprise, et avoir un impact négatif sur la capacité des salariés à travailler en équipe, mais Aussi sur l'état mentale des collaborateurs qui peuvent ressentir de l'isolement et du stress.

La communication interne, occupe une place cruciale dans les entreprises, car elle consiste à faire Adhérer les salariés à une vision, à un projet collectif, et fournit des informations utiles, et claire, Améliorer l'expérience des employés au travaille, et aussi l'un des éléments important dans les Pratiques administrative de l'entreprise. Par l'utilisation des différentes nouvelles technologies tels Que, l'intranet, les réunions vidéo, l'email et WhatsApp etc.....

Il ne fait aucun doute que, les nouvelles technologies de l'information et de la communication Peuvent être, une vraie opportunité pour les entreprises. Ces nouvelle technologies, d'bord possèdent Un fort potentiel d'améliorer les relations entre l'entreprises et le personnel. En effet elles permettent D'automatiser de nombreux tâches, renforcé le travail et de faciliter la circulation d'informations. L'utilisation efficace de ces NTIC au sein des entreprises permet de se différencier de la concurrence et de réaliser des gains qui renforcent leur compétitivité et contribuent ainsi à une croissance économique durable.

Pour traiter notre thème de recherche qui s'intitule sur « la communication interne à travers les nouvelles technologies pour l'optimisation des relations entre salariés et entreprises ». Cas pratique au sein de l'entreprise CEVITAL de Bejaia. Nous avons reparti notre travail en trois parties :

La première partie : Qui est la partie méthodologique qui, comporte un chapitre avec une Problématique, deux hypothèses, définition des concepts, les études antérieures, les objectifs et les Raisons de choix de thème, méthode de l'étude, outil de l'étude, l'échantillon de l'étude et difficulté rencontré durant notre recherche.

La deuxième partie : Cette partie est consacré à la théorie, elle contient deux chapitre : le premier est partager en trois section, le deuxième chapitre contient deux section.

➤ **Le premier chapitre : Trois sections :**

- **La première section** s'intitule, « généralités sur la communication », qui inclus, la définition de la communication, les éléments de la communication, les objectifs de la communication, la cible de la communication, les formes de la communication, les types de la communication.
- **La deuxième section** s'intitule sur « la communication interne », qui inclus, la définition de la communication interne au sein de l'entreprise, définition de la communication interne, la communication d'entreprise, les domaines de la communication d'entreprise
- **La troisième section** s'intitule, de « la communication interne au sein de l'entreprise », qui inclus, les types de la communication interne au sein de l'entreprise, les supports de la communication interne, les cibles de la communication interne, les enjeux de la communication interne, les avantages de la communication interne.

➤ **Le deuxième chapitre : deux sections :**

- **La première section :** s'intitule sur, « les nouvelles technologie », qui englobe, les NTIC pour optimiser les relations entre l'entreprise et salariés, définition des NTIC, composantes des NTIC, les avantages et les difficultés liées à l'adoption des NTIC.
- **La deuxième section :** s'intitule sur « les nouvelles technologies au sein des entreprises », qui englobe, l'impact des NTIC sur les relations entre les salariés et l'entreprise, les NTIC dans les entreprises, le rôle des nouvelles technologies.
- **La troisième partie :** est celle de la partie pratique de la recherche : où on a présenté deux Sections :
- **La première partie :** c'est la présentation du groupe CEVITAL de Bejaia, sa situation géographique, valeurs et vision, mission des différents services, produits et marques, organisation Administrative des services.
- **La deuxième partie :** c'est la présentation des résultats qui englobe, avant de passer à la discussion des hypothèses de départ la conclusion finale.

CHAPITRE 1

CADRE METHODOLOGIQUE

Chapitre 1 :

-Analyse conceptuelle :

1. Problématique.
2. Hypothèses.
3. définition des concepts clés.
4. Etudes antérieurs.

Analyse conceptuelle :

1-Problématique :

Depuis le tout début de l'existence, l'être humain a besoin de communiquer par différents moyens. L'histoire de la communication est aussi ancienne que celle de l'humanité, des moyens de communication qui évoluent par le temps, et l'espace l'être humain c'est donner les moyens de communiquer, grâce à la diffusion de la voix et de l'image et d'échanger à tous moments.

(marc g. a., 1992, p. 05)

La communication a créé des relations qui s'établissent autour d'un message grâce aux divers moyens, écrits ou oraux, entre un émetteur, et un récepteur, ce processus est la mise en commun d'information et de connaissances au 21ème siècle.

(nguyen, 1992, p. 24)

Pour CLAUDE FLAMMENT, tout échange entre deux ou plusieurs individus ou groupes de personnes est une communication.

Cette conception est aussi partagée par COOLEY, pour qui la communication est le mécanisme par lequel les relations humaines existent, et se développent.

(fenelly, 1996, p. 34)

De nos jours la communication interne englobe l'ensemble des actes et des réalisations qui se produisent à l'intérieur de l'organisation, que ce soit entre la hiérarchie, et les salariés, ou même entre les salariés eux-mêmes, tout dépend du type de communication, instaurée, ascendante ou descendante, c'est l'élément essentiel ou les entreprises passent par des crises instables, cela devient obligatoire pour le maintien de l'image interne, et pour sa notoriété, et sa stabilité.

L'émergence de l'économie, est pour qu'une entreprise puisse accompagner ce développement économique mondial, qui doit faire appel à un ensemble de mécanismes, et de stratégies, parmi les volets les plus incontournables, on retrouve les nouvelles technologies qui doivent être réinsérées, car la vie d'une entreprise se base principalement sur la communication.

(www.questionpro.com, s.d.)

Cela dit, DEMOND d'une autre part la communication des entreprises c'est l'ensemble des actes utilisés par l'organisation pour communiquer et échanger avec son environnement «personnelles, clients...etc.

Aujourd'hui, la communication, et essentiel dans les entreprises, et cela sont obligés d'adapter leurs fonctionnements et leurs processus de production aux nouvelles technologies si elles veulent survivre dans le marché actif, et l'un des effets les plus claires des nouvelles technologies sur la productivité au travail se retrouve dans l'automatisation des processus.

_(ecommerce-natation.fr/limpact-nouvelle-technologies-communication-entreprise/, s.d.)

On ce 21eme siècle qu'on caractérise par des nouvelles technologies qui sont insérer dans tous les domaines d'action, allant du développement des nouveaux systèmes et processus, bien que la transformation digitale entraine une optimisation, et une augmentation de la productivité, il ne faut pas perdre de vue le réel moteur de ce changement qui est les salaires, donc il est nécessaire d'impliquer les travailleurs dans cette dite transformation 2.0

La confiance des employées, est la morale particulière que certaines entreprises peuvent offrir comme avantage, et cette confiance porte plusieurs bénéfices tel que : l'augmentation des réalisations, les collaborations, l'innovation, la créativité, résoudre les conflits, favoriser l'engagement des salariés, et favorise un environnement de travail stable et favorable.

(<https://www.gpe-afrique.com/moodledata/filedir/f9/fc/f9fc68c1fbc0f1f278653ea21c3b64dba54179a4>, s.d.)

Pour mettre en lumière notre travail de recherche, nous avons formulé la question principale suivante :

- **Comment une entreprise à travers les nouvelles technologies peut faciliter et créer un climat de confiance et de fidélisation entre les salariés ?**

Pour répondre à notre problématique nous avons posées des questions secondaires qui sont :

- Dans quelle mesure utilisations des nouvelles technologies peuvent-elles améliorer la productivité au sein de l'entreprise cevital ?
- Quelles sont les moyens de communication utilisée par l'entreprise cevital pour rendre la communication aussi accessible à tous les salariés ?

2- Les hypothèses et objectifs de l'étude :

« L'hypothèse à un rôle crucial dans la science, c'est grâce à elles quand peut passer à la vraie version concrète de la démarche »

(angers, initiation pratique à la méthode des sciences humaines, 1997, p. 107)

« Selon : Omar AKTOUF l'hypothèse et d'un côté une base d'information avancé afin de prouver ce que l'on cherche, c'est une reformulation de solutions et de conclusions quand va expliquer et justifier et de démontrer méthodiquement et systématiquement »

Grâce aux hypothèses on accède directement vers l'étape concrète et réel du phénomène de recherche, ont vus des questions que nous avons posées dans la problématique, voici quelques hypothèses de notre sujet de recherche :

-Hypothèses 01 :

- Les nouvelles technologies contribuent à faciliter la communication entre les salariés.

-Hypothèses 02 :

- Les nouvelles technologies renforcent le sentiment d'appartenance, et de fidélisation entre les (maurice, initiation pratique a la méthodologie de science humaine, 1995-1996, p. 102)

-Les objectifs de la recherche :

À travers cette étude réaliser au sein de l'entreprise CEVITAL, nous voulons en déduire les objectifs principaux de notre recherche, qui bien sûr s'interrogent sur le rôle de la com à travers les nouvelles technologies dans l'optimisation des relations entre l'entreprise et ses salariés, cette étude mène à réaliser un ensemble d'objectifs qui sont :

- L'objectif de cette étude, est de montrer l'importance d'utiliser les nouvelles technologies au Sein des entreprises.
- Prouver que la communication interne joue un rôle pour créer un sentiment D'appartenance et une cohésion entre les salariés.
- Affirmer l'efficacité des NTIC dans l'entreprise CEVITALE.
- Connaître les différents outils de communication dans l'entreprise CEVITAL.

-Les raisons du choix du thème :

Le choix du sujet est une phase importante dans chaque étude afin d'arriver à certain objectif voulus, notre choix du thème se justifie par les raisons suivantes :

- Notre choix de recherche est venu à partir d'une motivation afin d'obtenir des Connaissances sur ce sujet.
- L'ampleur de thème par rapport à notre spécialité, est de constater la réalité de la Communication interne au sein de l'entreprise CEVITAL.
- Curiosités de révélé la façon dont, les NTIC contribue à l'optimisation des relations Entre les salariés de l'entreprise.
- Contribuer au développement cognitif dans l'entreprise.

3-Définitions des concepts clé :

Définition systémique :

Communication :

Le fait de communiquer, d'établir une relation avec quelqu'un, être en communication avec un correspondant, une relation dynamique qui intervient dans un fonctionnement ; échange de signes, de messages entre un émetteur, et un récepteur.

(robert l. , p. 209)

Définition opérationnelle :

(Dans un sens large, la communication est toute opération de transfert ou d'échange d'information entre un émetteur et récepteur).

Quel que soit le genre de communication, le transfert n'est possible que si l'émetteur et le récepteur et le récepteur partagent au moins partiellement le code (c'est-à-dire le système de signe) dans lequel a été transcrit le message

La communication ne se limite pas à des échanges verbaux, puisque, en dehors même nous recevons des signes sans cesses, et autres tel que des signes visuelles (geste, mimiques, postures) et tactiles.

(judith, 1991, p. 86)

Définition systémique :

Communication interne :

Les salariés forment le public central de cette communication qui poursuit des objectifs de motivation et de décroisement. Trois types de communication interne sont généralement distingués : descendante, ascendante et latéral. Elle utilise des moyens qui lui sont spécifiques : journaux interne, intranet, mais tend à être de plus en plus ouverte. la communication interne ne l'est plus totalement, elle s'exerce plutôt autour d'un continuum interne-externe qui se déplace en fonction des situations et des enjeux.

(westphalen t. l.-h., p. 28)

Définition opérationnelle :

La communication interne englobe l'ensemble des actes de communication qui se réalisent à l'intérieur d'une organisation elles s'inscrivent dans une perspective sociale, répondant aux attentes d'information. Tout aussi importantes, les salariés ont besoin de savoir où va l'entreprise et d'être reconnus pour leurs effort et leurs compétences et surtout d'être écoutés, la communication interne permet de crée un esprit d'entreprise, encourager, et motiver les hommes, et rétablir un lien de confiance

(westphalen a. a.-h., p. 150)

Définition systémique :

Les nouvelles Technologies de l'information et de la communication:

Selon CANARD Et BARLATIER « les technologies de l'information et de la communication elle-même n'ont rien de nouveau, leur socle technique est constitué d'éléments qui existent depuis longtemps »

(djamel, 2011, p. 23)

Ce terme est désormais consacré pour montrer la coexistence de trois techniques qui sont : la télécommunication, l'informatique, et l'électronique et leurs mélange téléphonique : ordinateur, télématique, logiciel, réseaux par satellites. Les NTIC ont développé, et changer la manière dont les informations, et les données sont transmis, les NTIC sont synonymes pour plusieurs analystes d'un développement économique, et sociale si vaste, et détaillé qu'on peut parler d'une troisième révolution industrielle.

(revue de science humaine, mai 2023, p. 09)

Définition opérationnelle :

Selon CHARPENTIER P. « les nouvelles technologies qui révolutionne les entreprises regroupent plusieurs techniques de tel à pouvoir collecter, stocker et traiter les données par des moyens électroniques.

(p, organisation et gestion de l'entreprise, 1997, p. 133)

Définition systémique :

Salarié :

« Au sens strict désigne seulement les travailleurs du secteur privé et du secteur public industriel et commercial. Parfois utilisé a tout en englobant les agents publics de l'état et des collectivités locales »

(opcit, p. 364)

Définition systémique :

Entreprise :

L'entreprise est réseau ou des Entreprises proposant des Produits à des clients, en Réalisent cet effort par le Recours aux travailleurs, en Mettant en œuvre des moyens Financiers car des Propriétaires ceci dans des Conditions ou chacun tir D'avantage des efforts qu'il Consent.

(dictionnaire de sociologie le robert)

L'entreprise est un moteur D'expansion et d'instrument de Production desservant les Besoins des hommes S'assemblent et travaillant, où Ils dépensent leur temps et leur Peine pour créer en commun, L'entreprise est un groupe Humain formel et durable, en Patrimoine autonome soumis À une autorité commune.

(Pierre, 1997)

Définition opérationnel :

C'est une organisation qui fonctionne seul, possédant un service ressources humaines, du matériel, de la technologie, et financiers, dans le but d'exercer une activité économique, sécurisé et rentable afin de réaliser ses objectifs.

(rachedi, 2006)

Définition Opérationnel :

Optimisation des relations :

Dans le monde professionnel les relations entre l'entreprise, et ces salariés jouent un rôle primordial pour le bon fonctionnement de l'organisation, et une collaboration saine qui favorisent la productivité, le bien être des employés, et la réussite globale de l'entreprise, la qualité de cette relation repose sur la transparence, et la création d'un sentiment d'appartenance chez le salarié.

(nathalie, avril22,2024)

4- Les études antérieures :

Dans toute recherche scientifique, le chercheur doit effectuer avant tout une étape méthodologique très importante, celle des études antérieures, comme notre cas, le but de ses études c'est de collecter plus données, et de connaissances, et de savoirs comment s'applique notre thème pour les autres chercheurs, « les études antérieures sont une source d'inspirations incontournable pour les chercheurs, toute recherche est dans le prolongement d'autre recherche, tout chercheur ou chercheuse doit prendre connaissance des travaux qui ont déjà été réalisés sur son sujet de recherche »

(angers, op-cit, p. 80)

- Etude N°1 :

Dans les entreprises, les savoirs requis prennent une place cruciale dans le domaine professionnel, et le développement des technologies sont parmi les changements qui ont marqué nos sociétés, et parmi les études qui ont été réalisées sur notre thème la communication interne à travers les nouvelles technologies dans l'optimisation des relations entre les salariés et l'entreprise.

Etudes de Mansour Mohamed et Mendi Souhila en 2014 auteurs d'un mémoire pour l'obtention du diplôme master en sociologie de travail et des ressources humaines à l'université ABDERRAHMANE MIRA de Bejaia dans le thème se porte sur les technologies de l'information et de communication et leur impact sur la performance des salariés de BMT (Bejaia méditerranéen terminal) .

Les résultats obtenus

Le but de cette étude vise à découvrir l'importance de l'impact qui relie les TIC et le développement des performances, et représenter la réalité des technologies au sein d'une organisation.

La méthode utilisée s'inscrit dans une recherche qualitative qui est basé sur la technique des entretiens semi-directifs.

L'échantillon utilisé et de 29 responsables de l'entreprise BMT, dont la réalisation était de 10 entretiens.

Le résultat de cette étude à travers de ceux qui l'ont collecté, est les résultats de l'enquête sur le terrain ; ils ont découvert que la performance des salariés est déterminée par l'usage des TIC

- ETUDE N°2 :

Etudes de Abdelkader Rachedi en 2006 pour un grade de magister en science économique à l'Université de SAIDA (Algérie)

L'études a étai réaliser, sur l'impact des nouvelles technologies de l'information, et de la com sur l'entreprise au sein de la société SONELGAZ de la wilaya de SAIDA auprès d'un échantillon d'étude conçus de 77 cadres (toutes catégories). Son premier objectif est de prouver que ces technologies attirent des nouveautés au sein de l'entreprise algérienne.

Les résultats obtenus

D'après le chercheur, les entreprises algériennes d'aujourd'hui, sont à la recherche de la nouveauté.

L'entreprise, améliore fortement la productivité par l'évolution des temps, évaluations des comportements des individus, la réduction de l'espace, et rendre externe des activités en dehors des frontières habituels de l'entreprise.

([Http://www.mémoireonline.com/l'impact des TIC sur l'entreprise.html](http://www.mémoireonline.com/l'impact des TIC sur l'entreprise.html))

L'analyse des études antérieures :

L'étude menée en 2014 par Mansour Mohamed et Mendi Souhila sur un échantillon de 29 dirigeants de BMT, confirme que la performance des salariées, est déterminée par l'usage des nouvelles technologies

La deuxième étude menée par Abdelkader Rachdi réalisé en 2006 sur un échantillon de 77 salariés au sein de l'entreprise SONELGAZ, on conclut de cette étude que les entreprises sont à la recherche de la créativité et de la nouveauté, qui permettent d'atteindre plus de performances.

Le but de citer ses deux études : parce qu'ils ont une relation étroite avec notre thématique étant donné que on traite la même thématique, et dans notre modeste recherche, nous allons essayer d'ajouter un plus.



CHAPITRE 2

DEMARCHE METHODOLOGIQUE

Chapitre : 2

Démarche méthodologique :

1. La méthode de la recherche.
2. Outil de la recherche.
3. L'Échantillon de l'étude, et La technique utilisée.

1- La méthode de recherche :

Le choix de la méthode :

Toute recherche scientifique nécessite une démarche méthodologique à suivre qui permet au Chercheur de mener son enquête, dans le but d'atteindre les objectifs de la recherche. La partie Pratique est considérable dans une recherche scientifique, car elle représente les vérités et les Informations sur la réalité, tout ça nécessite à suivre une méthode bien précise selon le sujet à traité. Une fois la problématique est formulée d'une manière précise pour les données requises, il faut Choisir des méthodes qui serviront à la collecte d'information. Selon Angers Maurice « la méthode Est un ensemble de procédures, des démarches précise adoptées pour en arriver à un résultat »

(humaines, 1997, p. 91)

Le choix de la méthode est déterminé par la nature de thème à traité afin d'engager la méthode et la Technique accordé. Et notre cas d'étude nous à imposer d'opter pour la méthode « quantitative » parce que c'est la plus convenable et là plus appropriée pour expliquer et établir « le Rôle de la communication interne à travers les NTIC pour l'optimisation des relations entre L'entreprise CEVITAL et ces salariés.

La méthode quantitative « celle qui recueille des informations compatibles d'un élément à un autre Parmi l'ensemble des éléments et que cette comptabilité entre les informations, c'est celle qui Permet après de faire les statistiques et d'une manière générale, l'analyse quantitative des Données ». Cette méthode permet de fixer l'existence du phénomène étudié et analyser, elle nous à Apparu comme un moyen efficace de tester nos hypothèses de recherche, ce qui nous à exciter à L'utiliser pour démontrer la valeur et l'importance de la communication interne et l'utilisation des NTIC pour optimiser les relations avec les salariés.

(boudon, p. 31)

2- L'outil de la recherche :

La population d'étude :

Dans toute recherche scientifique, le chercheur doit déterminer sa population d'étude qui est un groupe avec des critères précise et adéquate avec les objectifs de l'étude. Et comme notre thème de recherche c'est « la communication interne à travers les nouvelles technologies pour l'optimisation des relations entre les salariés » au sein de l'entreprise CEVITAL de Bejaia, donc notre population d'étude concerne les travailleurs de l'entreprise. Elle englobe « 50 » salariés de toutes les catégories qui sont : ingénieure processus, contrôleurs de qualités, gestionnaire RH, méthodiste production, maintien industriel.

Une population d'étude : « un ensemble de tous individus qui ont les caractéristiques qui correspond aux objectifs de la recherche »

(maurice, opcit, 1997, p. 09)

3- L'échantillon de recherche :

Selon Bremond et Gélédan un échantillon : « est un sous-ensemble de la population d'étude, prélevé d'une façon à conserver les caractéristiques principales de celle-ci. Généralement il s'agit d'un Modèle réduit de la population étudiée ».

(geledan, 1997, p. 15)

Et pour notre cas on a opté à choisir 50 salariés, « 4 » du Sexe féminin et « 46 » du sexe masculin et aussi répartie sur des catégories professionnelle différente, cadres, agents de maitrises, agents d'exécutions

Pour bien guider cette recherche, nous avons choisis le type d'échantillonnage « probabiliste » qui fait référence à la sélection d'une population, lorsque cette sélection repose sur le principe la Randomisation, c'est-à-dire la sélection au hasard ou aléatoire. Toutefois, comme les unités de la population sélectionnées au hasard et qu'il est possible de calculer la probabilité de sélection de Chaque unité de l'échantillon, il permet de produire des estimations fiables et de faire des statistiques au sujet de la population, il existe plusieurs méthodes d'échantillonnage probabiliste. Le choix d'un type d'échantillonnage repose sur plusieurs facteurs, comme la précision des estimations Désirée, la nature de la population, l'information connue sur cette population. Et pour notre cas nous avons optée sur la technique aléatoire, don chaque unité d'échantillonnage de la population à une Chance égale d'être incluse dans l'échantillon. Pour mettre cette technique en œuvre, il faut d'abord Dresser une liste de toutes les unités de la population visée.

(<https://www150.statcan.gc.ca>)

La technique utilisée :

Toute recherche à caractère scientifique, doit utiliser des procédées opératoire, rigoureux à être Appuyer dans la réalité que l'on appelle technique, cette dernière doit être accordé à la méthode Utilisée et aux propre objectifs que le chercheur veut atteindre. Dans ce cadre qu'on a choisi la Technique du « questionnaire » qui est adéquate avec notre domaine d'étude et qui vise Principalement à collecter des informations standard, afin d'accomplir des analyses quantitatives et Que nous permis de ramasser le maximum d'informations sur notre thème de recherche.

On à adopter cette technique, vu sa valeur et son efficacité pour recueillir des données, elle nous a Facilités l'élaboration de notre problématique, et à s'adapter au terrain et observer les attitudes des Salariées au sein de l'entreprise CEVITAL, face aux questions posées.

Le questionnaire :

Dans l'intention d'explorer notre sujet d'étude, retenue auprès des salariés de CEVITAL nous avons Utilisé la technique du questionnaire. Notre questionnaire est constitué d'abord, des

données personnelles des salariés et de deux axes : généralités sur La communication interne, généralité sur l'entreprise. Et cela, dans le but de cerner le maximum D'information, sur le rôle de la communication interne à travers, les NTIC pour optimiser les relations Avec les salariés. Afin de mener bien notre enquête.

(ANGERS, p. 268)

Axe1 : Généralité sur la communication interne :

Ce premier axe il consiste quatre questions de « 1 jusqu'à 4 » qui traitent :

- L'utilisation des NTIC au sein de l'entreprise CEVITAL.
- L'importance de ces technologies au sein l'entreprise CEVITAL.
- Les difficultés liées à l'accès aux informations au sein de l'entreprise CEVITAL.
- Les types des NTIC utilisés par le personnel de CEVITAL.
- L'évaluation de la communication interne au sein de l'entreprise CEVITAL.

Axe2 : Généralité sur l'entreprise, et l'optimisation des relations :

Ce second axe revient de façon répétitive dans tous les questionnaires car il vise à recueillir des Informations général sur l'entreprise, ainsi les quatre questions nous renseignent sur notre thème de Recherche à propos de l'utilisation des NTIC et l'optimisation des relations avec les salariés au sein de l'entreprise CEVITAL.

PARTIE THEORIQUE

CHAPITRE 3

GENERALITES SUR LA COMMUNICATION

CHAPITRE 3 :

Généralités sur la communication

- 1-1 Définition de la communication
- 1-2 Les éléments de la communication
- 1-3 Les objectifs de la communication
- 1-4 La cible de la communication
- 1-5 Les formes de la communication
- 1-6 Les types de la communication

Section 02

- 2-1 La communication interne au sein de l'entreprise
- 2-2 Définition de la communication interne
- 2-3 La communication d'entreprise
- 2-4 Les domaines de la communication d'entreprise

Section 03

- 3-1 Les types de la communication interne au sein de l'entreprise
- 3-2 Les supports de la communication interne
- 3-3 Les outils de la communication interne
- 3-4 Les Cible de la communication interne
- 3-5 Les enjeux de la communication interne
- 3-6 Les avantages de la communication interne

Conclusion du chapitre 3

Définition de la communication :

La communication ne fait pas que véhiculer de l'information. C'est un flot ininterrompu D'échange qui intègre aussi les comportements des intervenants se positionnant les uns par Rapport aux autres. C'est donc un processus plus complexe qu'un simple échange D'information.

La communication est présente partout. C'est un processus complexe de transmission D'échange et d'informations entre personnes qui visent toujours des objectifs qui leur sont Propres, mais qui n'utilisent pas forcément un langage commun ou un canal de Communication adapté. Toute communication comporte deux informations : le contenu du Message et la manière dont il est transmis.

(doussy, 2005, pp. 47-49)

Les

éléments de la communication :

- **Le message**

C'est l'ensemble de signes véhiculé par l'émetteur c'est-à-dire Partager une idée ou un sentiment, une opinion

Un savoir etc....

Un message peut prendre plusieurs formes :

- **Verbal** : le fait d'envoyer un message avec des mots, des discours.

Non verbal : une grimace, un geste, des mimiques et des Expressions du visage.

- **Ecrit** : lettre, courrier, texto.
- **Scriptovisuel** : une affiche...
- **Audiovisuel** : une émission sur la télévision, une annonce, un film....
- **L'émetteur** :

Personne ou organisme qui émet quelque chose.

La personne qui détient la compétence et la connaissance.

- **Le récepteur** :

C'est la personne qui reçoit des signaux et reconstruit le message

- **Le canal.**

C'est le moyen de communication qui véhicule les signaux Du message.

- **Le codage** :

Le codage est un ensemble de signes utilisé pour formuler un message.

- **Le décodage :**

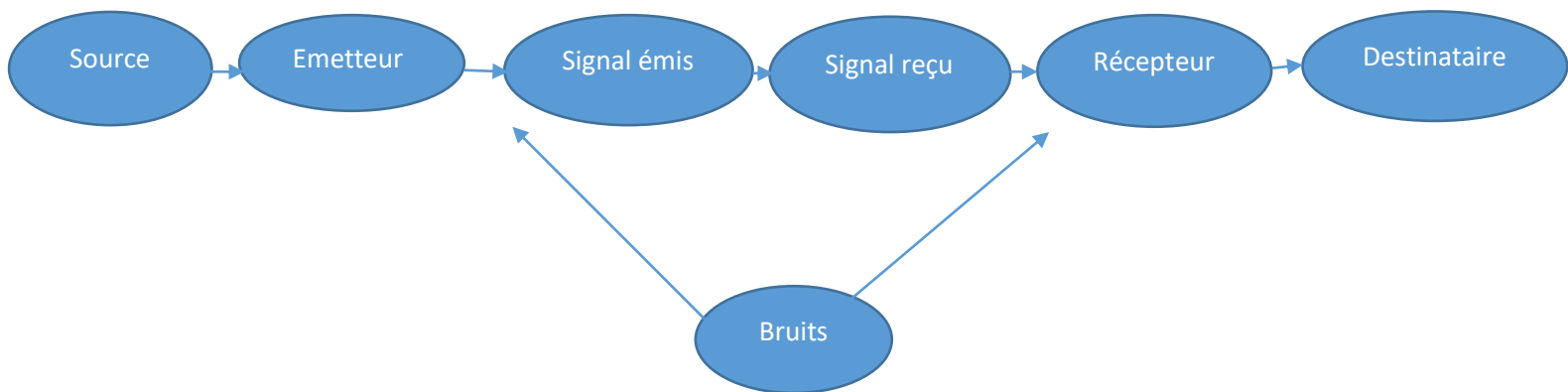
C'est une action de décoder un message ou Un texte. Qui Consiste à trouver un sens ou une signification à un message reçu

- **Le bruit :**

Il s'agit des bruits qui viennent éventuellement perturber le Message pendant leur transmission, ce qui fait l'obstacle de Communication.

- **Le feedback**

Le mot feedback signifie littéralement nourrir en retour, c'est un outil très précieux de communication qui permet de connaître l'effet de son action, Il correspond aussi à la réaction de la cible.



Le modèle de la communication de Shannon

(waller j. m., la communication interne, juillet 2013, pp. 54-55)

1. Les objectifs de la communication :

- **L'objectif cognitif :** C'est de faire connaître la marque, le produit, Ou une gamme
- **L'objectif affectif :** C'est de faire aimer, et susciter l'intérêt chez le Consommateur et de développer des attitudes affectives envers la Marque.
- **L'objectif conatif ou comportemental :**

Il vise à faire agir c'est-à-dire déclencher l'achat et de proposer des Offres aux consommateurs.

(mbianda, 2010, p. 78)

2. La cible de la communication :

Une cible de com désigne les profils d'acheteurs et l'ensemble Des personnes visées par une action de communication.

La cible de com, désigne les profils des utilisateurs ou bien D'acheteurs que l'entreprise souhaite atteindre lors d'une promotion ou Une Campagne de communication. Lorsque cette cible est précise, il est facile De l'atteindre et ainsi de vendre l'offre.

Il existe trois cibles de communication :

- ❖ Le cœur de cible : désigne le client parfait auquel, s'adresse l'offre de la marque, il s'agit d'une cible précise et spécifique.
- ❖ La cible principale : qu'on appelle parfois cible primaire, regroupe les Clients visés par l'offre de la marque, cette cible principale est utilisée à la fois en marketing et en com
- ❖ La cible secondaire : regroupe l'ensemble des distributeurs, Partenaire, influenceurs, journaliste, et toute autre personne Susceptible d'influencer un certain nombre de personnes.

([https://WWW.agence-horae.com/Cible de communication.](https://WWW.agence-horae.com/Cible%20de%20communication.))

3. Les formes de la communication :

- **La forme verbale** : elle inclut la communication écrite et aussi orale.

A/ La communication verbale : désigne l'ensemble des éléments D'information transmis par la voix, c'est la forme la plus naturelle de la Communication.

Désigne la réception des messages et des appels téléphoniques, et la Participation à des réunions, il s'agit aussi à faire des débats, des Entretiens.

- **Parmi les avantages de l'orale**, le message passe sans être modifié.
- **L'inconvénient de l'orale**, c'est de ne pas laisser les traces.

(<https://tpdemain.com>)

Dans la communication orale, il existe quatre différents registres, ces Registres se distinguent par, la qualité de l'expression. Chaque Contexte de communication est associé à un niveau de langue qui lui est approprié.

(<http://www.alloprof.qc.ca>)

- ❖ **Registre de langue populaire** : il s'agit d'un ensemble de termes péjoratifs et vulgaires, soit c'est une langue parlée par le Peuple, soit appropriée à une mentalité ou à des goûts.

. (BRUNEAU, 1957, p. 238)

- ❖ **Registre de langue standard** : il s'agit d'un texte Formelle, qui englobe l'ensemble des mots et des Expressions, utilisée à la radio et à la télévision Pour présenter des reportages.
- ❖ **Registre de la langue soutenue** : il s'agit de l'utilisation d'un vocabulaire soigné et plus riche de structure de phrase. Le langage soutenu est peu utilisé à l'oral, mais fortement employé dans les romans.
- ❖ **Registre de langue familier** : est généralement le Langage Employée à l'orale c'est, un langage relâché et non Surveillé. Ce registre est surtout employé entre famille ET entre les proches, amis, camarades de classe, etc....

(<http://www.alloprof.qc.ca>)

4. Les types de la communication :

- **La communication interpersonnelle** : c'est la possibilité d'entretenir Des interactions entre deux ou plusieurs individus. .

(bouloc, p. 18)

- **La communication de groupe :**

C'est une communication où l'émetteur à plus d'un récepteur, c'est-à-dire elle s'adresse à un ensemble plus large de récepteur Réunis par un intérêt commun.

Ce type de communication et caractérisé par un ≤Leadership≥

- **Le leader** est une personne qui exerce son autorité sur un groupe, et Donc peut être cette, autorité et fondé sur son influence dans une Communauté ou bien fondé sur son statut.

Il existe trois types de leader :

- ❖ **Autoritaire** : il impose ses décisions au reste du groupe.
- ❖ **Démocratique** : c'est le leader qui fait participer les membres Du groupe à la prise de décision.
- ❖ **Laisser-faire** : c'est un leader qui laisse une totale liberté au Membre du groupe.

- **La communication de masse :**

Ce type de communication vise à la transmission d'une information à un public plus large, il s'agit d'un ensemble de médias, appelé masse Media, qui englobe les moyens de diffusion de l'information et De la publicité (internet, radio, télévision)

Il s'agit d'une communication qui se caractérise par la rapidité, aussi Un seul message peut toucher un grand nombre de récepteurs.

(oiry, 2013)

5. La communication interne au sein de l'entreprise :

La communication interne dans l'entreprise, consiste à véhiculer des Informations, et des Messages entre les salariées. Elle mise en œuvre tant entre les employés eux Même qu'avec leurs supérieurs.

Cette communication c'est la pierre angulaire au sein de l'entreprise car Elle englobe toutes les actions menées au sein de l'organisation pour les Salariées. Véritable facteur clés de réussite par ce qu'elle est en quelque Sorte « le Porte-voix de la stratégie d'entreprise »

C'est un élément de cohésion important entre les équipes. Une Communication en interne bien soignée favorise un environnement serein et Stable.

Pour une communication puissante et efficace en interne, les entreprises Doivent disposer de plusieurs supports de communication afin de pouvoir échanger entre le personnel.

Aujourd'hui la communication interne va au-delà de la simple transmission D'information aux collaborateurs, c'est également un levier de performance Pour la motivation et la cohésion des équipes.

L'un des principaux piliers de la communication interne c'est la création d'une identité collective, et développer un sentiment d'appartenance chez les salariées afin que toutes et tous travaillent ensemble à un projet commun D'entreprise.

(<https://factoral.fr/blog/communication-interne>)

6. La définition de la communication interne :

La communication interne peut se définir dans un premier temps comme L'ensemble des actions de communication destinées aux salariés d'une entreprise ou d'une organisation. Utilisant des supports tels que le journal d'entreprise, les panneaux d'affichage, les lettres au personnel ou les téléconférences mais aussi les sites internet, les blogs et les réseaux sociaux, la Communication interne se conçoit aujourd'hui comme un instrument d'adhésion interne aux valeurs de l'entreprise et sa philosophie, comme un instrument de construction d'une solidarité et d'une implication des salariés Par rapport à leur employeur.

La communication interne recourt souvent à des techniques utilisées par les Entreprises dans des problématiques de la communication externe, en particulier la communication marketing. Ceci peut se justifier par le marketing interne.

(waller j. m., p. 1et2)

7. La communication d'entreprise :

Souvent appelée « corporate » ou « institutionnelle », elle s'adresse traditionnellement aux « autres publics » de l'entreprise, parmi lesquels les deux cibles de choix que sont l'interne et les actionnaires, elle n'est pas conçue pour vendre les produits ou services.

Voix de l'entreprise en tant qu'organisation, la communication d'entreprise gère l'image dite « institutionnelle » de celle-ci.

Elle a un enjeu stratégique : en dernier ressort, elle est l'affaire de la direction générale, voire de la présidence. Au quotidien, son pilotage peut relever aussi de directions différentes de la communication (RH, direction financière).

(adary, p. 16)

La communication des organisations est le processus d'écoute et d'émission de messages et de signes à destination de publics particuliers, visant à l'amélioration de l'image, au renforcement de leurs relations, à la promotion de leurs produits ou services, à la défense de leurs intérêts.

La communication d'entreprise est un processus d'écoute et d'émission de signes et messages à destination de publics particuliers, visant à améliorer

La communication s'exerce désormais dans les entreprises privées ou publique, quelle que soit leur taille ou leur secteur d'activités.

(westphalien, communicator, toute la communication d'entreprise , p. 13 et 43)

8. Les domaines de la communication d'entreprise

Durant longtemps, la communication pouvait être analysée au fonction des interlocuteurs auxquels s'adressait.

On distingue généralement les domaines en fonction des cibles concernées :

- La communication financière vise les publics financiers de l'entreprise, notamment les actionnaires, les analystes, les médias économiques
- La communication commerciale vise les clients
- La communication institutionnelle vise les citoyens
- La communication de recrutement vise les jeunes diplômés
- La communication business « to business » vise d'autres entreprises
- La communication interne vise les salariés de l'entreprise

La réalité est toute fois plus complexe et chaque communication est de moins en moins limitée à sa cible.

(westphalien, communicator toute la communication d'entreprise , p. 43)

9. Les types de la communication interne au sein de l'entreprise :

- (a) **La communication ascendante** : il s'agit d'une communication qui est du bas vers le haut, et ce type permet au salariés de s'exprimer et de s'adresser à leur supérieure, mettre en place cette forme de communication est une solution pour imaginer de nouvelles stratégies et aussi un moyen majeur pour la direction de savoir le sentiment des équipes qui peuvent avoir des doléances.
- (b) **La communication descendante** : c'est une communication qui est du haut vers le bas c'est-à-dire qui part de la direction, des chefs, des cadres vers leurs équipes, il est nécessaire et important que la hiérarchie soit officiellement présente dans l'entreprise et ces salariés connaissent leur supérieure.

La communication descendante permet de fixer des objectifs directs et clairs afin que les salariés comprennent ce que la direction attend d'eux

- (c) **La communication horizontale** : c'est une communication qui est dans les lieux de travail où les salariés doivent disposer des solutions pour communiquer facilement entre eux, l'objectif est de créer un lien fort entre les équipes.
- (d) **La communication de crise** : cette communication constitue l'ensemble d'action de communication pour lutter contre une quelconque crise, car toute entreprise peut être amenée à subir une crise donc il semble indispensable d'impliquer les employés. D'abord il faut commencer par les informer en temps réel des décisions prises, avec les différents outils qui sont à la disposition de l'entreprise par exemple : les réunions, les emails, téléphone, intranet. Dans le moment de cette crise il faut la présence totale des cadres et des chefs
- (e) **La communication visuelle** : ce type occupe une place importante dans l'entreprise car c'est une communication plus dynamique capable de booster les équipes et d'améliorer la compréhension, il apparaît que la communication visuelle est également plus adaptée pour les salariés âgés de l'entreprise

(<https://www.lumapps.com/fr/communication-interne/types-communication-interne-entreprise/>)

10. Les supports de la communication interne : les supports de la communication ne sont jamais de simples messages de transmission qui relient émetteurs et récepteurs mais ils jouent un rôle réel dans l'efficacité de la communication du fait de leur nature et de leurs caractéristiques.

- **Les canaux contrôlables par les entreprises** : ils sont qualifiés ainsi car, l'entreprise c'est une source de la communication à la responsabilité et le contrôle total du message diffusé. Il est possible de les scinder en canaux

Personnels comme un chef de service face à un salarié, les canaux personnels permettent de diffuser des messages personnalisés de type one to one, alors que les canaux de masse diffusent des messages massifiés de type one to many

- **Les canaux incontrôlables par l'entreprise** : ici la source de la communication, n'a pas la maîtrise du message diffusé par ces canaux. Ces canaux peuvent être scindés en canaux personnels par exemple de bouche à l'oreille ou la rumeur et ce qui concerne les canaux de masse telle que la presse économique qui diffuse régulièrement toutes sortes d'informations sur une entreprise donnée,
- Les canaux personnels ont beaucoup évolué depuis la dernière décennie, en particulier le bouche à l'oreille il convient de souligner que cette technique est la plus efficace en communication

(waller j. m., la communication interne stratégies et techniques, pp. 67-68)

11. Les outils de la communication interne :

- **Intranet de l'entreprise** : l'intranet est un réseau privé d'entreprise, utilisant les nouvelles technologies de l'internet « tels, courrier électronique, les liens hypertextes et les moteurs de recherches » mais en circuit privé, étant réservé au membre d'une même entreprise. Il permet à moindre coût et en toute sécurité, 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

(westphalen t. 1., p. 286)

- **Le podcast interne** : c'est un canal de communication qui permet de communiquer d'une manière plus ludique et informelle auprès d'une cible jeune. Il a l'avantage de pouvoir partager et s'écouter sur tous type de support. C'est un outil idéal pour dynamiser et humaniser la communication interne.
- **Les réunions vidéo** : les réunions en ligne se sont très Utiliser, c'est dernier temps dans les entreprises ce que on appelle « télé travaille », ces réunions en ligne permettent de minimiser la distance, et aussi de favoriser l'interaction entre les salariées et parmi ses avantages il y a une certaine liberté et flexibilité, gain de temps.
- **La lettre d'information** : c'est un document mensuel ou hebdomadaire, cette lettre permet de partager l'actualité de l'entreprise. Elle est économique et facile à la mettre en place, elle permet de donner de la valeur au travail.
- **Le journal interne** : sous format numérique ou papier, il reste un outil irremplaçable au sein de l'entreprise car il est excellent et impeccable pour promouvoir la culture d'entreprise soit par des portraits, des interviews, un agenda des événements interne, des photos, c'est un Support idéale pour valoriser les employés et les collaborateurs.
- **Le blog interne de l'entreprise** : est une plateforme web, il se présente aujourd'hui comme un outil indispensable au sein de l'entreprise. Il a pour but d'informer les salariées sur les succès les événements et les nouveaux projets de l'entreprise, son contenu est de valoriser et fédérer le personnel, il n'est pas accessible en externe.

- **L'e-mail** : c'est un courrier électronique qui est de plus en plus remplacé par des outils plus interactifs comme la messagerie instantanée, les réseaux sociaux d'entreprise, les plateformes collaboratives. Mais il reste encore utilisé à l'externe.
- **La signature e-mail** : il est généralement constitué d'une série d'informations telles que le nom, le titre, c'est un outil efficace pour véhiculer et valoriser l'image de l'entreprise et en plus ça permet de mesurer les taux de clic et l'engagement des collaborateurs.
- **La plateforme collaborative** : c'est un espace de travail virtuel sur le web intègre plusieurs fonctionnalités « dont la discussion instantanée, la visioconférence », cet outil permet aux personnes de partager et de communiquer d'une manière aisée et fluide et de travailler avec discipline. Parmi ses avantages : y a une productivité, gain de temps, une meilleure organisation du travail.
- **Les logiciels de partage de documents** : ces documents sont accessibles à tous les collaborateurs, quelle que soit leur situation géographique, permet aux utilisateurs de partager des fichiers via un réseau.
- **Le livret d'accueil** : c'est un outil fort aux nouveaux employés car il contient une présentation et des informations sur l'entreprise et sur ses conditions de travail.
- **Les feedbacks** : c'est de faire remonter des informations à la direction, ou aux supérieurs hiérarchiques a pour objectif de donner et de recevoir des signes de reconnaissance, reconnaître le travail, renforcer la Motivation.
- **Le réseau social interne d'entreprise** : complémentaire à l'intranet, il permet d'échanger d'une manière informelle sur l'entreprise ses projets, des nouvelles idées son avantage il simplifie la communication entre les collaborateurs éloignés géographiquement.
- **La messagerie instantanée** : est une application internet qui permet d'établir un dialogue actif en temps réel, qui peuvent être classés dans des canaux dédiés, plus pratique que les e-mails, elle est indispensable pour les équipes qui travaillent à distance.
- **Les outils de gestion de projet** : ils renforcent la communication interne entre les différents interlocuteurs qui ont participé au même projet.
- **La boîte à idées** : elle permet aux salariés de proposer de nouvelles idées pour la communication interne aussi pour la productivité.
- **L'affichage** : est une technique de communication pour attirer l'attention des salariés au sein de l'entreprise

(<https://www.signitic.com/fr/ressources/outils/-communication-interne-entreprise>)

12. Les cibles de la communication interne :

- ❖ L'ensemble du personnel
- ❖ Une partie du personnel homogène en statut et en culture, par exemple : « les cadres supérieures »
- ❖ Une partie du personnel homogène en statut et hétérogène en culture par exemple : « les moyens cadres de l'entreprise »
- ❖ Une partie du personnel hétérogène en statut homogène en culture « un groupe tel que les cadres moyens et les supérieurs »
- ❖ Une partie du personnel hétérogène en statut et en culture « cadres et non cadres de différents pays »
- ❖ Les futurs salariés « premier emploi ou gestion de carrière » cette cible spécifique permet de souligner l'importance d'une bonne image employeur.

(waller j. m., la communication interne, stratégies et techniques , p. 75)

13. Les enjeux de la communication interne :

Les enjeux de la communication interne en entreprises sont nombreux :

- **L'enjeu humain** : l'entreprise contient un personnel qui est divisé de femmes et d'homme, ceux-ci recherchent une identité, un statut, un épanouissement. Ils ont besoin d'y être reconnus.
- **L'enjeu organisationnel** : Faciliter les échanges entre service, les divisions décloisonner, abattre les « tours d'ivoires », faire taire les intérêts partisans aider aussi à une prise de conscience concrète que l'entreprise est un tout et que ses fonctions y sont obligatoirement Complémentaires
- **L'enjeu culturel** : communiquer, c'est développer le sentiment d'appartenance, adhérer à une histoire et à des valeurs communes.
- **L'enjeu économique** : l'entreprise vit grâce à ses résultats avec ses conséquences.

(karima, 2013-2015, p. 17)

14. Les avantages de la communication interne :

- Augmenter l'engagement des employés
- Augmenter la productivité au sein de l'entreprise
- Fournit des informations claires
- Eviter une surcharge d'informations
- Améliorer l'expérience des salariés

- Renforcer les relations entre les employés
- Renforcer l'esprit de la culture d'entreprise
- Amélioration de la qualité de travaux

(<https://www.lumpps.com>, s.d.)

Conclusion du chapitre 3 :

La communication interne, aujourd'hui occupe une place importante au sein des entreprises peu importe son secteur d'activité. Cette communication est un élément clé de la gestion du changement Au sein des entreprises car, elle donne au employés la possibilité d s'exprimer et de contribuer Activement à la prise de la décision, donc il s'agit de leur donner un rôle plus, actif dans l'entreprise Et de les faire sentir valorisés, ils ont ainsi le sentiment d'appartenance, qui est très important pour Optimiser la relation entre l'entreprise et ses salariés.

CHAPITRE 4

LES NOUVELLES TECHNOLOGIES

CHAPITRE 4 : Les nouvelles technologies

Section01 :

1-1 Les nouvelles technologies pour optimiser les relations entre l'entreprise et salariés

1-2 Définition des NTIC

1-3 Composantes des NTIC

1-4 Les avantages de l'utilisation des NTIC

1-5 Les difficultés liées à l'adoption des NTIC

Section02 :

2-1 L'impact des NTIC sur la relation entre les salariés et l'entreprise

2-2 Les nouvelles technologies dans les entreprises

2-3 Rôle des NTIC pour optimiser la relation entre entreprise et ses salariés

La fidélisation des relations au sein d'une entreprise :

A l'heure actuelle, les entreprises se développent dans un milieu de plus en plus concurrentiel, varié, et complexe. La mondialisation des échanges, la fréquence accélérée des nouveautés et, innovations, de plus en plus les salariés ne se contentent plus des solutions standards, mais demandent plus tôt des solutions adéquates avec leurs besoins particuliers, ils deviennent plus exigeants et demandent des prestations plus personnalisées.

(Sadok, 2004)

Les nouvelles technologies dans les entreprises :

Actuellement, les nouvelles technologies ont surgi massivement sous forme de technologies différentes, internet, réseaux sociaux, site web, messageries, E-mail, des outils issus de nouvelles technologies tel que : la téléphonie mobile, le micro-ordinateur, les logiciels Les entreprises sont donc bouleversées avec ces changements technologiques, cela constitue le fondement de la nouvelle économie, depuis leur apparition, les NTIC n'arrêtent pas d'évoluer et d'apporter des changements et, des bouleversements dans la vie des organisations, ces dites changements, instaurent essentiellement à améliorer, perfectionner, installer une efficacité sur les processus qui existent au sein de l'entreprise afin de profiter des avantages et, tirer profit de ces nouveaux outils de travail.

Ces derniers instaurent la relation de confiance entre l'entreprise et, les salariés, cela permet un suivi net et précis du travail, et facilite la circulation d'informations. Il va constituer un patrimoine et, des traditions qu'il faut maintenir et, savoir gérer, mais aussi développer, pour gagner des avantages, toutes les recherches réalisées, menées sur les nouvelles technologies ont porté directement sur les effets de leurs capacités et, performance de l'organisme, les NTI sont un facteur redoutable du développement et, leur utilisation sert à améliorer les capacités et, les niveaux de performance des entreprises, de nos jours les entreprises investissent dans l'adoption des nouvelles technologies afin de réussir et, devenir plus compétitives parmi tant de concurrence, est la possibilité de maintenir simultanément des réactions constantes et, répéter, plus rapide, et en ce moment, la connexion à temps réel nous permet de garder le lien en permanence au cours de la journée.

(Tic2013, p. 18)

Les nouvelles technologies pour optimiser les relations entre l'entreprise et les salariés :

Les NTIC instaurent et mettent en œuvre une relation de confiance entre l'entreprise et les salariés, ils permettent un contrôle renforcé du travail et facilitent la circulation d'informations. L'entreprise peut ainsi développer l'indépendance des employés et donc les responsabiliser et les favoriser.

. L'information dans l'entreprise grâce aux nouvelles technologies, c'est la mise en place ,et la diffusion des renseignements techniques, économiques et sociaux qu'il est important, utile ou favorable de porter à la connaissance de tous ,et surtout pour les salarié, afin de donner la possibilité de connaître l'entreprise, dans le but , d'améliorer leurs action , l'information a pris une grandeur conséquente, durcit par les moyens puissants de diffusion ;l'intranet, l'internet , la radio, la télécommunication, la publicité sur écran(.....)

L'entreprise ne peut accepter de rester inattentif aux événements, réaliser dont elle est un élément actif, elle doit suivre les changements de son économie, les animations politiques et sociaux, les évolution scientifique et technique, tout en gardant et maintenant un réseau interne de transmission et de transfert capable à aider l'exercice des consignes et la parfaite connaissance de la portée de chaque occupation ,Le responsable ,doit tenir au courant les salariés des objectifs à atteindre «l'information descendante », il doit en retour être renseigné sur le travail réaliser et s'informer sur l'intention du groupe auquel il commande «information Ascendante ». En retour il doit recevoir, sans tarder le plus tôt possible, les informations que les services ont pu recueillir sur l'interne sur : consignes, informations, nouveautés, clients, , administration, hiérarchie , Si l'indication et incomplète, ou mal présentée grâce aux nouvelles technologies mal manipulé, il est possible que des échanges de communication peu maîtriser s'établissent entre collègues de travail et comportent des informations erronés ou peu fiable.

(fannelly, 1999, p. 55)

Afin d'optimiser les relations entreprise, salariés ils existent plusieurs technologies qui facilite la transmission des informations :

1. Le téléphone

C'est un outil de communication à l' origine conçu pour transmettre la voix

Et permettre un échange à distance entre bureaux, Cette outil e a évolué au cours du Temps.

2. Le fax

C'est un outil qui permet d'émettre et recevoir des textes, des images avec tout Salariés disposant de télécopieur. Dans les bureaux, outils très rapide afin de transmettre un fichier écrit.

3. Le réseau internet

Il est basé sur les technologies évolué de l'information, de l'informatique et des

Télécommunications. L'information est établie sur des centaines d'ordinateur, reliés entre eux Grâce à un logiciel unique qui permet de passer de l'un à l'autre de manière translucides,

Favorisant aussi, une facilité d'entrer à l'ensemble des informations stockées. On peut dire aussi que c'est un réseau qui nous sert à faire des recherches sur quelconques sujets, et c'est un très bon moyen d'échange entre les employés.

(melissa, 1998, p. 143)

Ce moyen de partage offre plusieurs options telles que par exemple : **le courrier électronique**

Il est aussi spécifié comme « un ensemble de réseaux qui se relie sur la seule base

D'un consensus technique : l'utilisation du même protocole de communication, ce service commun permet la connexion de n'importe Quel ordinateur avec n'importe quel autre, il permet d'envoyer des messages où a un ou plusieurs utilisateurs, en même temps, mais a un côté n'negatif car il peut être moyen de conflit par manque de voir la personne face à face.

(robert r. , 2000, p. 257)

(op.cit, pp. 57-58)

Les principaux services offerts par cette technologie de partage appelée internet sont les suivants :

- La messagerie électronique (e-mail)

C'est une réalisation mélangeant informatique et télécommunications dans le but de faire envoyer des informations de diverses sources, entre des postes de travail, et donc des Salariés, cette outil de messagerie intègre des services à divers possibilité d'applications nécessitant de diriger l'information qui peut prendre la forme de documents, de télécopies de plannings ou de convocation à des réunions, il facilite la possibilité de l'envoi de messages écrits entre utilisateurs pourvus d'une adresse électronique, cette source désigne le serveur (site informatique) auquel est rattaché le destinataire

(r r. , p. 258)

Le courrier électronique est « la possibilité d'écrire, d'envoyer et de recevoir du Courrier électronique. Nombreux salariés envoient des dizaines de messages par jour et qui considèrent le courrier électronique un de leurs moyens important de transfert d'information avec le monde intérieur de l'organisation

(m s. , mars 2000, p. 40)

Le réseau Intranet :

L'intranet est un protocole, qui encourage le plus souvent les entreprises à installer de tels Réseaux. Il consiste à utiliser les technologies issues de l'internet pour mieux communiquer et diffuser l'information en interne.

Le terme intranet désigne « la transposition des standards, des protocoles et des outils en vigueur dans l'internet public vers les réseaux locaux particulier afin de servir à des utilisations personnelles entre salaries pour faciliter la transmission des informations requise privés d'entreprise »

L'intranet est un concept qui pousse un réel intérêt dans les entreprises. Il s'agissait de reproduire à l'échelle de l'entreprise une méthode de diffusion et de partage de l'information Qui fonctionne déjà parfaitement à l'échelle planétaire.

Il est aussi défini comme un réseau informatique privée qui est mis en place pour les employés qui maîtrisent les nouvelles technologies 2.0 par exemple : la messagerie électronique ou toute autre serveur de recherche et moyens de partages

(Iethielleux, 2011-2012, p. 99)

Aperçu sur les NTIC :

Au fil du temps, les nouveaux outils de l'information et de la communication ont connu un changement capital qui c'est développer historiquement, face à la création des ordinateurs, en commençant premièrement par :

L'année 1960 : cette période a connu la première facturation, et l'automatisation des logiciels administratifs.

L'année 1970 : l'ors de cette année, des nouvelles études sur un autre type d'outils informatique celui des productions robotique et la productique, sont le nouveau développement du processus de production.

L'année 1980 : pendant que les années passent, l'automatisation des taches réalisées dans les bureaux parait dans la nouveauté par exemple : les micro-ordinateurs.

L'année 1990 : plusieurs nouveaux systèmes informatiques sont mis en réseaux, des processus informatiques sont mise en œuvre, les micro-ordinateurs, et le développement des données.

L'année 2000 : plusieurs outils et éléments ont fait leurs apparitions pour faciliter les échanges comme le commerce électronique, les recherches sur l'internet, la téléphonie mobile, et les nouveaux ordinateurs portables.

Définition et nature des NTIC :

Dictionnaire Larousse :

NTIC : Ensemble des techniques utilisées pour le traitement et la transmission des informations (Câble, téléphone, Internet, etc.).

Pour comprendre le sens des NTIC, il est nécessaire de déterminer quelques concepts qui construisent cette abréviation :

Le N : exprime la nouveauté, qui pointent du doigt les nouvelles technologies, cette lettre a été source de débat entre différents auteurs et, chercheurs, pour une partie les nouvelles technologies ne sont pas la faite d'avoir une technologie qui c'est diffuser depuis quelque années, vu que la plupart de ces technologies sont assimiler depuis déjà quelques années.

Le T : démontre les expressions techniques, et, la technologie, notamment la distinction entre les deux est que les technologies sont l'ensemble des techniques. Cela sont définies comme à la fois l'ensemble des pratiques utilisés pour la création des actions qui appel à un premier temps à la réalisation et, la création des produit ou services.

Le I : l'information, essentiellement importante dans le déroulement de prise de décision, de son traitement, son partage, et bien sûr, sa diffusion avec un mélange de techniques qui réalisent un véritable atout pour l'organisation.

Le C : com, son importance au sein de l'entreprise sont doubles, une part elle se base sur l'évolution et, le succès des projets de recherche, et d'une autre part être à jour, et répondre au exigence et au besoins de l'entreprise.

Une autre définition comme celle d'HERBERT (prix Nobel des sciences économique 1978) qui dit : tous savoir réalisable et accessible à l'être humain, sous forme de verbes ou de symboles, va aussi exister sous forme numérique lisible par ordinateur, les ouvrages, et mémoires seront emmagasiner dans les stockages électroniques....

(r p. e., 1996, p. 61)

Aussi que, les nouvelles technologies d'information et de com peuvent être expliquer comme étant l'ensemble des technologies d'information et de télécommunication, elles sont le résultat d'un mélange entre technologies, elle donne la possibilité d'échanger des informations, et leurs processus, elles donnent aussi des nouvelles méthodes de communication.

Les nouvelles technologies, se projette dans une autre partie comme dans l'évolution et progrès qualitatifs et, quantitatifs créé dans la réalisation et, le traitement de l'information (matériels, logiciels, internet) ces utilisations nouvelles représentent un changement de traditions, d'habitudes, et de culture dont les outils restent à étudier et, à développer.

(peruzzetto, 1998, p. 5)

Les composantes des NTIC :

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication sont spécifiées comme (les outils sortis des nouvelles technologies de l'information et de la com..), la téléphonie, les ordinateur, les logiciels, Interne.... Et tous autres outils facilitant la connexion, l'envoient et le partage qui se caractérisent comme suit :

Un plus à savoir	Les NTIC, nous développe sur des nouveau moyens sur ceux que nous avons déjà, une nouvelle air avec quoi communiquer, parler, partager et crée et même apprendre, et ce processus se développe à une vitesse accentuer chaque année .
Plus rapide	Ce quand ne pouvaient pas faire par manque de nouveaux moyens technologiques, on peut le faire maintenant plus rapidement et

	efficacement grâce au NTIC.
Plus petit	La compression est l'un des trait important des NTIC, car cela se réalise au niveau des appareils que des supports d'infomation, par exemple.
Plus accessible (gain, convivialité)	Le cout de l'installation et l'accessibilité à l'utilisation des NTIC, est à la baisse pour un niveau d'utilisation donné, pour cela la population croissante a accès facilement donnant un sentiment puissant, leurs utilisation devient de plus en plus facile ce qui facilite le développement.
Plus grand, plus puissant	La potentialité des outils des NTIC (appareils et logiciels) vont toujours s'étendre, réalisant et permettant un maximum d'effet.

(<https://wikimemoires.net/2011/02/types-tic-historique-tic-caracteristiques-des-tic/>, (adapté), s.d.)

Les enjeux des NTIC au sein de l'entreprise :

L'installation d'un processus informatique NTIC s'avère plus nécessaire, les enjeux sont encore plus

Demander pour l'entreprise car il faut identifier les moyens réalisable et accessible à mettre en œuvre et les projets, ces technologies représente en lui-même un intérêt non négligeable, c'est-à-dire de pouvoir développer à la fois un moyen de vente (pour la société de production) via un Internet et un moyen de la gestion de production via l'intranet de l'entreprise. On caractérise ces enjeux par :

- La diminution des prix et l'augmentation de l'efficacité, l'énergie des matériels ;
- l'apparition des NTIC agrandissent le champ d'action et de recherche.
- Les progiciels et les programmes qui diminuent les frais et augmentent les performances mais Nécessitent l'installation, et plus d'adaptation de l'organisation et des méthodes, contrairement aux

Logiciels qui sont produits à la demande.

- C'est les résultats critiques de réussite.
- La direction de très grands nombres de données.
- les données sont privées et confidentiels.
- L'extension des services publics et privés (messagerie, Internet, intranet...) ;

- la satisfaction des clients et la qualité des produits importer est un élément essentiel qui est réalisé.
- C'est l'évolution des processus d'informatique qui mène à être une pièce première dans la matière d'organisation de l'entreprise.
- une solution support qui permet la mise en place des processus d'exploitation qui profite de tout son potentiel et qui capitalise les connaissances.

(youcef, 2004, p. 10)

Les avantages et les inconvénients de l'utilisation des NTIC :

Les NTIC ont conduit à un multiple choix d'éventail de méthodes de communication, pouvant à la fois rapprocher les proximités, réduire les délais et diminuer les coûts.

a. Avantages :

- Beaucoup d'anciennes fonctions habituelles et ennuyeuses peuvent maintenant être Réalisé par ordinateur, ce qui donne la possibilité aux travailleurs de se concentrer à des Tâches plus intéressantes et de mettre en place leur créativité.
- L'informatisation à développer les niveaux de productivité, ce qui donne possible a une réduction du temps de travail, tout en conservant le même niveau de vie
- Les entreprises qui instaurent les NTIC sont en mesure de réagir à la concurrence.
- Les NTIC pousse à la création et à l'innovation de nombreux nouveaux emplois, comme le Développement de logiciels.
- De plus en plus de personnes peuvent travailler à partir de chez eux sans même se déplacer, ce qui donne la chance au travailleurs qui habite loin de travailler au lieu Rendre tous les jours à leur bureau.

b. Inconvénients :

- Les NTIC ont pour réputation à accélérer le rythme de la vie quotidienne et installer davantage de stress.
- L'informatisation de nombreux métier dans les usines (la fabrication par exemple), Ainsi que la robotisation des usines, mène à une augmentation considérable du chômage.
- Bon nombre des nouveaux emplois dans les NTIC nécessitent des niveaux de savoir et Compétences et/ou de qualifications assez élevés, et ne sont pas facilement accessibles à personnes âgées ou à ceux qui ne s'en sortent pas aux applications de ces derniers.

- Les NTIC ont augmentés la masse de travail d'une catégorie de travailleurs qui doivent Souvent travailler durant de longues heures.
 - Le stockage des données personnelles sur des bases informatiques est vulnérable de la vie privée des salariés n'est pas si privée.
 - Les structures informatique des NTIC sont souvent en panne à des moments ou ont là le plus besoin, laissant l'organisation dans l'incapacité de travailler parce qu'elles sont tellement dépendantes des NTIC.
 - Il est rare que les gens travaillant dans les TIC restent dans le même emploi, en raison des changements et des évolutions technologiques qui demande une mise à niveau professionnel régulier.
- (m b. , s.d.)

Les difficultés liées à l'adoption des NTIC :

De nos jours, il devient urgent pour les dirigeants de l'entreprise CEVITAL, de prendre en considération des obstacles et, difficultés du placement des nouvelles technologies, la difficulté est plus grand du a l'intégration et, à l'assimilation d'une manière désordonnée sans qu'il est une analyse profonde et, une étude qui explique et applique tous les avantages.

DE plus, on remarque que tout projet informatique inclut des risques, même s'il est dirigé par des personnes éprouver, et expérimenter. Parmi ces risques on site deux majeurs qui peuvent interagir :

- La solution choisie n'est pas accessible du tout ou à temps
- La solution choisie n'est pas celle attendu, elle ne répond pas à la demande.

Les avantages requis qui peuvent laisser impliquer l'adoption des NTIC représentent, un tel enjeu qu'une étude approfondie de ces effets est très important, cette étude mène à réaliser une série de questions, souvent importantes, et de bon sens, dans le cadre méthodologique d'une analyse stratégique, mais d'une autre part plusieurs problèmes surgit lors de l'installation des des nouvelles technologies comme par exemple :

- La mauvaise connexion internet
- impossible d'accéder à internet
- la panne d'électricité régulière
- des salariés qui n'arrive pas les utiliser

(les ntic comment en tirer profit,exemple dans l'agroalimentaire,collectif sous la direction de pierre bouloc,association cpa)

L'impact des NTIC sur la relation entre les salariés et l'entreprise :

la projection des nouvelles technologies de l'information et de la communication et le développement organisationnels qu'elle instaure, d'une autre part à modifier la vue de ces salariés sur leurs environnement et leurs condition de travail, l'utilisation des NTIC a des effets directement sur la demande, et la satisfaction du travailleurs ,ces technologies nouvelles peuvent être aperçus par ce dernier comme un outils de valorisation ,de sentiments d'appartenance, de gratification, et de fidélité, ou de reconnaissance des compétences fournis par le salariés, grâce sa ces outils les NTIC peuvent fournir un effet indirect sur la satisfaction, l'entreprise par exemple va donner au salaries plus de liberté, d'autonomie, et de flexibilité dans le travail, les NTIC vont encourager la responsabilités ce qui peut devenir d'une autre part un moyen de stress et augmenter la pression ,certaine recherche démontre que ces nouvelles technologies permettent une certaine liberté organisationnelles ,et acceptent de léguer la prise de décisions vers la hiérarchie plus bas mais aussi facilite, une meilleure qualification et polyvalence des salariés. Ces derniers qui utilisent des nouvelles technologies se voie à ne pas répéter leurs taches, Les TIC et les changements organisationnels qu'elles induisent tendent aussi à donner une plus grande autonomie et davantage de responsabilités aux salariés. Les travailleurs sont libres d'organiser leurs travaille, Ces changements peuvent rendre leur travail plus remplis et riche 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, et ses tâches.

D'autres recherches, en effet, insistent sur le fait que les nouvelles technologies, et en particulier les technologies tel que les ordinateurs, peuvent servir à systématiser plus précisément les tâches, à réaliser ce qui va impacter le déroulement des taches.

(ecole supérieure de technologie, 2015-2016, p. 41)

Ces technologies vont venir modifier et même impacter sur le rapport des relations entre l'employeur et le salarié, en facilitant l'utilisation des NTIC, les contrats de travaux deviennent plus alléger, en utilisant celle-ci le travail devient plus flexible et autonome, ce contrat n'a plus à exiger des horaires de travail fixe et stricte.

(Ecole supérieure de technologie , 2015-2016, p. 42)

Rôle des NTIC pour optimiser la relation entre entreprise et ses salariés :

La plupart des études réalisé et menées au sujet du rôle des NTIC sur les organisations, a porté principalement sur leurs effets sur l'accomplissement de l'organisation, les processus et, Plusieurs études ont souligné le rôle des NTIC pour les organisations. Afin d'instaurer une relation entre l'entreprise et ses salariés Les NTIC sont un élément important d'amélioration et développement et leur application permet d'améliorer les niveaux d'accomplissement et de relations fiable dans les entreprises, Les organisations ont attribué d'importants rapport et investissements dans l'adoption des NTIC afin de devenir plus avantageux et performants dans un avancement fortement concurrentiel.et compétitif Elles surviennent à tous les niveaux des

déroulement d'approvisionnement, de fabrication et partage. Elles facilitent le partage, l'envoi et l'obtention de connaissances, et elles permettent à l'entreprise de développer l'aptitude de production, d'accès, d'adaptation et de mise en application de l'information. L'entrée à l'information et son avancement efficace sont essentiels pour la performance et le succès de l'entreprise.

Les NTIC facilitent l'obtention et l'exploitation des connaissances. Elles représentent un mérite d'organisation et structurel pour l'entreprise, et ont un impact sur l'économie en agissant de trois manières :

- L'engagement dans les NTIC permet l'accélération du capital d'où une augmentation de la productivité du travail.
- La création des biens et services et fonction des NTIC est une forme d'améliorations technique qui rend le capital et le travail plus efficaces d'où une augmentation de productivité multifactorielle dans le secteur des NTIC.
- L'usage des NTIC permet aux entreprises d'augmenter leur productivité, par les capacités de rendement découlant de leur utilisation.

L'efficacité dans le secteur des NTIC peut améliorer la production globale d'une économie, elle facilite la supervision et la mission de prise de décision grâce à la distribution et au partage des données et aux indications au sein de l'entreprise. Elles sont considérées comme un instrument primordiale pour avoir et garder un avantage concurrentiel, permettant de développer et d'utilise les ressources humaines et entrepreneuriales au sein de l'entreprise.

Les responsables cherchent l'excellence dans leur domaine et de s'amplifier les relations d'échange et aussi dans la productivité.

Ils exigent de leurs employés un savoir-faire plus accrues. L'outil informatique, faisant partie du quotidien de tout salariés, de ce fait, le compagnon idéal de l'homme dans le monde du travail tout en lui facilitant certaines tâches qui paraissaient comme des corvées. Les nouvelles technologies de l'information et de la communication rapprochent les liens entre l'entreprises et ces travailleurs qui deviennent de plus en plus étroits et les métiers se transforment, ainsi le monde du travail devient plus petit grâce a aux.

(M, 2013, p. 28)

Conclusion du chapitre 4 :

Les Technologies de l'information et de la communication, des processus à mettre en place afin de traiter et de mettre en circulation des information à partager dans un bref délais fin de créé un sentiment de confiance, et d'appartenance, et pour plus de coordination et d'entente au travail ,ces outils vont rendre l'environnement de travail plus convivial ,et contribue un changement organisationnel ,plusieurs études mener sur ces nouvelles technologies montrent qu'elle facilitent la transformation a un meilleure développement, c'est à tout moment que l'entreprise peut accéder à ces informations, et surtout faire face et réagir à la concurrence, ces outils facilitent les

taches ,de nos jours il est préférable et important que les nouvelles entreprise adoptent et mettent en places des nouvelles technologies afin de les accompagner a un meilleure avenir .

PARTIE PRATIQUE



CHAPITRE 05



PRESENTATION DES DONNEES

Chapitre 5 : présentation des données

Section01 : présentation de l'organisme :

- Présentation du groupe CEVITAL
- Situation géographique
- Valeurs et vision du groupe CEVITAL
- Mission des différents services. (Organigramme)
- Présentation des produits et marques
- Organisation administrative des services. (Organigramme)
-

Section02 : étapes de réalisation de l'enquête :

- Pré-enquête.
- Période de l'enquête.

Section 01 : présentation du lieu, et des données de recherche :**1- Présentation de l'entreprise, situation géographique :****1-1 Présentation du groupe CEVITAL :**

Première entreprise privée algérienne à avoir investi dans des secteurs d'activités diversifiés, elle a traversé d'importantes étapes historiques pour atteindre sa taille et sa notoriété actuelle.

Industrie agroalimentaire et grande distribution, électronique et électroménager, sidérurgie, industrie du verre plat, construction industrielle, automobile, services, médias.

Le Groupe Cevital s'est construit au fil des investissements, autour de l'idée forte de constituer un ensemble économique.

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

1-2 Présentation de l'Entreprise Cevital Agro-Industrie

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

Nos raffineries et unités de production :

- 2 raffineries de sucre 3000 et 3500 Tn.
- 1 unité de sucre liquide et une unité de production de sucre roux.
- 2 unités de conditionnement de sucre.
- 1 raffinerie d'huile.
- 1 unité de conditionnement d'huile.
- 1 margarinerie.
- 1 unité d'eau minérale et gazéifiée.
- 1 unité de fabrication et de conditionnement de boissons fruitées et de production de conserves et confitures.
- 1 unité de production des sauces.
- 1 unité de fabrication de chaux calcinée et CO2.
- Silos portuaires ainsi qu'un terminal de déchargement portuaire d'une capacité de 2000 tonnes/jour.

1-3 Visions, missions, et valeurs du groupe CEVITAL :

Vision :

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

Mission :

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

Valeurs :

Nos règles d'or sont : Intégrité-Respect-Initiative-Solidarité, s'inscrivent dans une philosophie et une pratique quotidienne de développement humain, de création de richesse et de protection de l'environnement au bénéfice de toutes les parties prenantes internes et externes de CEVITAL »

Valeurs : intégrité :

Adopter une éthique professionnelle irréprochable. Rejeter toute forme de corruption.

Agir avec une haute rigueur intellectuelle morale.

Valeurs : respect :

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

Valeurs : initiative :

Aller au-delà des actions planifiées, anticiper les problèmes potentiels.

Imaginer et proposer des solutions innovantes.

Valeurs : solidarité :

S'entraider mutuellement. Se rendre disponible pour l'entreprise et les membres de l'équipe.

Partager spontanément notre savoir et nos expériences

1-4 Situation géographique :

Où sommes-nous ? **A BEJAIA** :

Pôle corps gras : Liquide

Unité	Capacité	Unité	Observations
Silos de stockage Huile Brut	61 900	Tn	17 bacs de stockages
Raffinerie D'huile	2 100	Tn/jour	
Silos de stockage Huile Raffiné	6 620	Tn	19 bacs de stockages
Conditionnement d'huile	2 500	Tn/jour	

Unité	Capacité	Unité
Margarinerie	600	Tn/jour

Pôle Sucre :**Pôle corps gras: Solide**

Unité	Capacité	Unité	Observations
Hangar de stockage MP sucre	200 000	Tn	02 Hangars, (50 ktn, 150 ktn)
Raffinerie sucre	6 500	Tn/jour	02 Raffinerie (3000 tn, 3500 tn)
Silos de stockage PF	80 000	Tn	01 silo
	11 800	Tn	04 silos de 2950 tn
Conditionnement de sucre	10 000	Tn/jour	02 unités de conditionnements
Raffinerie sucre Liquide	600	Tn/jour	01 unité
Silos de stockage PF	1 500	Tn	05 bacs de 300 tn

EL-KSEUR :**Usine de production jus de fruits tchina & des sauces**

Unité	Capacité	Unité
Margarinerie	600	Tn/jour

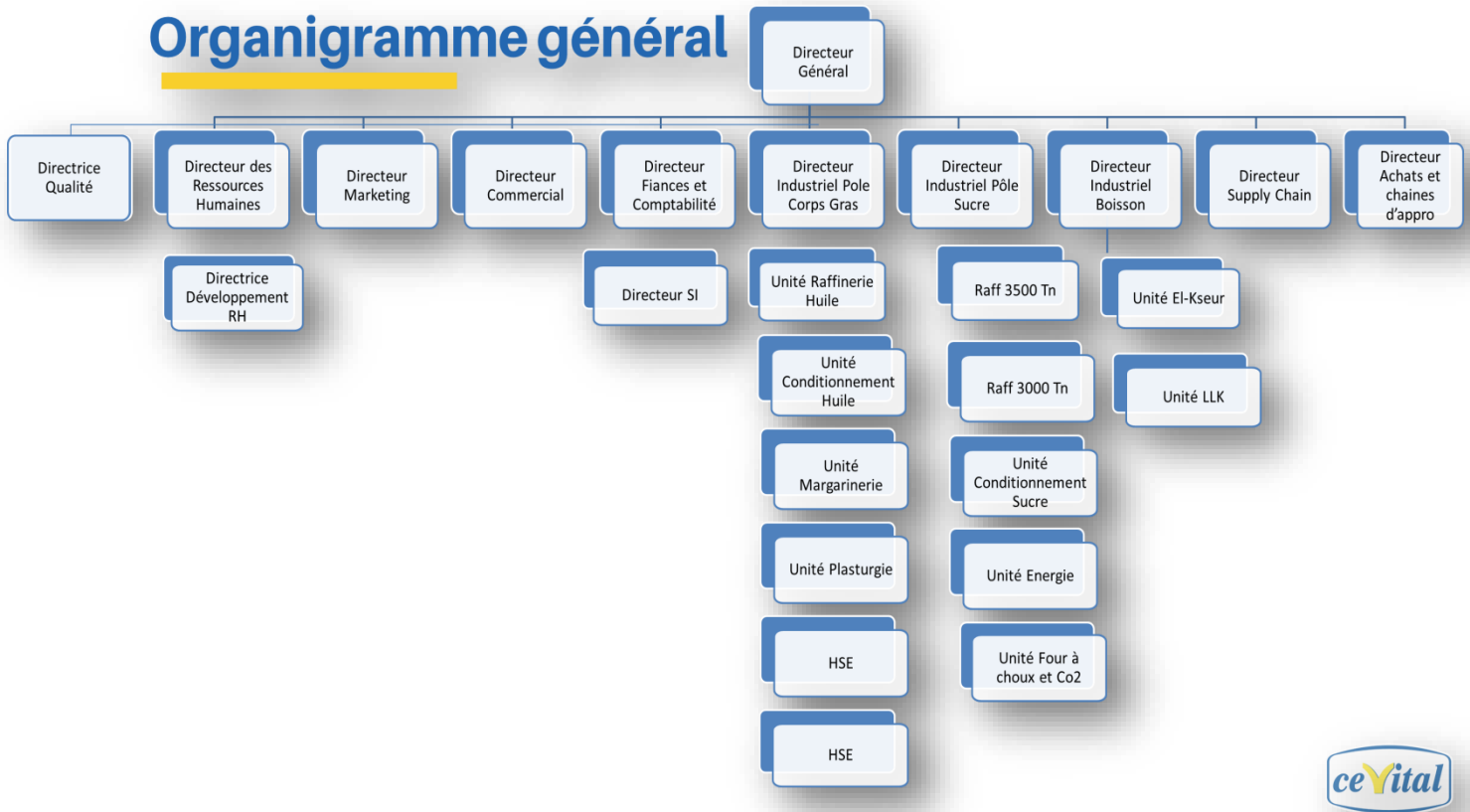
Unité	Capacité	Unité
Boissons	1 130	Tn/jour
CAT (confitures)	66	Tn/jour
Sauce	100	Tn/jour

A Tizi Ouzou (Agouni Gueghrane) :

L'Unité d'Eau Minérale L'alla Khedidja

Unité	Capacité	Unité
Eau	2 688	Tn/jour

- L'organigrammes générale de l'entreprise :



- Mission des différents services :

1- Directeur général :

Le directeur général gère le bien être de son personnel, leurs engagements envers leurs missions, leurs sérieux, et leurs efforts, son but est de d'être en accord avec différentes directions, et bien sûr gérer, contrôler, et décider

2-directrice qualité :

Importante personne de l'industrie agroalimentaire, le responsable qualité en agroalimentaire est chargé de vérifier toute la chaîne de fabrication d'un produit et de garantir la sécurité des aliments qui sortent de l'usine.

3-directeur des ressources humaines :

Le directeur des ressources humaines va s'occuper de plusieurs services qui sont :

-Service paie et sociale :

Son but c'est de préparer les salaires des travailleurs, et d'effectuer les congés maladies et leurs dossiers et de mettre à disposition là l' législation en matière d'assurance sociale, et de pouvoir faire les dossiers de retraite d'allocation familiale et d'accident de travail.

-Service moyens généraux : Ce côté met à disposition des prestations d'hôtellerie, il approvisionne les cantines et les restaurants de l'entreprise cevital.

Service personne :

Son but et de suivre les carrières professionnelles, et réalise aussi des plans d'élaboration de carrières, bien que, ce service personnel s'occupe aussi d'une cellule informatique qui gère l'administration du réseau local, et aussi de l'administration et de la gestion des bases de données du parc informatique.

-Directeur marketing :

Réaliser, crée dans l'objectif des préoccupations stratégiques afin d'adopter le plus possible ses objectifs pour satisfaire le marché visé, le directeur marketing vas établir une politique, qui va permettre à l'organisme de se modifier et de mieux contrôler ses politiques de produit, de prix, de communication et de distribution.il doit rester couramment en cantate avec la direction commerciale pour être judicieusement identifiée.

-Directeur commerciale :

Le directeur s'occupe de toutes relations qui concerne l'environnement de l'entreprise, son but c'est la commercialisation des produits a point et s'occupe du suivi de ces clients qui sont disperser principalement dans le territoire national et de quelques pays étrangers, le directeur a reparti sa direction en deux service, service vente, et service exportation.

-Directeur finance et comptabilité :

Son but c'est de collecter, traiter, interpréter les données reliées au faits matériels, juridique et, économique, ayant une relation patrimoniale pour l'organisme, sa première mission c'est de compter et, de mesurer les résultats obtenus afin de d'écrire sa situation patrimoniale.

-Direction industrielle :

La direction industrielle, s'occupe du développement de l'industrie des sites de production et définit, avec la direction générale, les objectif et le budget de chaque un, ils analysent les dysfonctionnements sur chaque service (équipement, organisation.) et essaye de trouver des solutions techniques ou humaines pour développer à long terme la productivité, la qualité des produits et vérifies leurs conditions de travaillent, la direction se prépare à anticiper ce dont ils ont besoins(matériels).. Et guide leur achat (technique, recherche et étude, tarif...installation), ils s'occupent de la politique environnementale et de s' sécuritaire et participent dans la création des études de nouveaux produits, et dans cette directeur plusieurs directeurs s'occupe de toutes ces taches qui sont :

- Directeur industriel pole gras.

- Directeur industriel pole sucre.
- Directeur industriel boisson.
- Directeur supply chain.
- Directeur d'achat et chaines d'appro.

Les produits et marques de CEVITAL :



IMAGE N°1 : huile végétale FLEURIAL



IMAGE N°2 : huile ELIO

Tendre
Gourmand

Un beurre doux au goût fin et riche en saveurs

Fabriqué à base de crème fraîche obtenue par le barattage traditionnel









Plaquelette

Fait de 82% de matière grasse aux huiles 100% végétales

Spécialement conçue pour la réalisation de toutes sortes de pâtisseries

facilité d'utilisation

IMAGE N°3 : Beurre TENDRE GOURMAND FLEURIAL



Barquette

Une margarine élaborée à base de 82% matière issue d'un mélange de différentes huiles

idéale pour toutes préparations : tartines, cuisson & pâtisserie.

Un mélange de beurre & de margarine.

Alliant plaisir crémeux du beurre et les bien faits de la margarine

Riche en vitamines A,D & E.





IMAGE N°4 Beurre FLEURIAL/MATINA




Shortening

Une graisse végétale de haute qualité
faite entièrement d'huile végétale
sélectionnée et raffinée

Conçue spécialement pour
les industriels avec une
bonne capacité de



Feuilletage

Idéale pour confectionner
tout type de viennoiseries



La Parisienne
QUALITÉ SUPÉRIEURE

Capacité de production nominale du beurre et margarines est de 600 Tonnes /jour

IMAGE N°5 : Graisse végétal



Sucre Roux

- 100% sucre de canne
- système de qualité certifié ISO 22000
- norme CEE N °2.
- Sans aucun colorant ajouté





Sucre Blanc

Sucre cristallisé extra blanc petit format

- système de qualité certifié ISO 22000
- norme CEE N °2.
- Capacité de production nominale de sucre est de 6500 Tonnes/jour

IMAGE N°6 : Sucre roux / sucre blanc



IMAGE N°7 : Légumes secs



IMAGE N°8 : SAUCES



IMAGE N°9 : JUS ET BOISSONS

Section02 : Etapes de réalisation de l'enquête (pré-enquête, période de l'enquête) :

- La pré-enquête :

C'est la première étape de recherche qui sert à rassembler le maximum d'informations sur notre sujet de recherche, selon Raymond QUIVY et Luc Van CAMPENHOUDT, c'est (l'étape au le chercheur fait l'exploration de son projet de recherche, qui a été provisoirement formulé sous la forme d'une question de départ, il s'agit ensuite d'atteindre une certaine qualité d'information sur l'objet étudié et de trouver les meilleures manières de l'aborder, c'est le rôle de travail exploratoire)

Raymon QUIVY et Luc VAN CAMPENHOUDT : manuel de recherche en sciences sociales, paris, 3eme édition, Dunod, 1995-2006, P71

(campenhoudt, 1995-2006, p. 71)

Notre pré-enquête s'est déroulée du 18/03/2024 jusqu'au 18/05/2024 sein de l'entreprise CEVITAL a Bejaia, en effectuant des visites guidées par le directeur RH qui est chargé de l'unité production pour collecter des informations sur le rôle de la communication à travers les nouvelles technologies dans l'optimisation des relations entre l'entreprise et ses salariés ,en premier lieu le directeur Sofiane KACIMI ,nous avons entretenu avec lui sur ce nouveau mode de transfert d'informations en faisons appel à des nouvelles technologies mise en services afin de faciliter le travail ,nous avons parlé de la mise en disposition des technologies à l'interne afin de garder des

échanges continue et la manière que les salariés utilisent ces nouvelles technologies, à travers les visites quand n'a eu et de différentes discussions avec plusieurs autres salariés qui nous ont permis de découvrir que quelques salariés âgés n'arrivaient pas à utiliser et à s'habituer à l'utilisation de ces dites technologies 2.0

Cette étape nous a permis de connaître et de découvrir le terrain de recherche et de récolter un maximum d'information au préalable sur la population de notre étude, afin de découvrir la technique qui pourra être adéquate à notre recherche afin d'établir les étapes restantes.

- **Le déroulement de l'enquête :**

Le lieu de notre enquête s'est déroulé au sein de l'entreprise CEVITAL, notre enquête définitive a débuté le 18/03/2024 jusqu'au 18/05/2024, nous avons réalisé des questionnaires, afin de les distribuer aux différents salariés de différents services, et de plus nous avons fait des observations dans différents services pendant les visites effectuées dans quelques différents bureaux.

CHAPITRE 06

PRESENTATION DES RESULTATS

Chapitre 6 : Présentation des résultats

Présentation des résultats :

- 1/ Analyse des tableaux**
- 2/ présentations et analyses des hypothèses**
- 3/ Résultats et discussions des hypothèses**

1-Analyse et interprétation des données :

Dans cette section nous avons illustré pour la partie pratique, l'analyse de données et interprétation Des résultats, et la détermination des caractéristiques des membres de notre échantillon d'étude au Sein de l'entreprise CEVITAL de Bejaia, ces caractéristiques constituent l'ensemble des informations Sur les enquêtes selon : l'Age, sexe, expérience professionnelle, poste occupé, pour marquer la Tendance des enquêtes. Nous, avons commencé par la présentation des caractéristiques Personnelles des enquêtes sous forme de tableaux simple comme suit :

Les caractéristiques personnelles des enquêtes :

Tableau N°1 : la répartition des enquêtes selon le sexe

sexe	effectif	pourcentage
masculin	46	92%
féminin	04	8%
total	50	100%

Source : enquêtes

D'après le tableau ci-dessus nous avons constatés que l'échantillon d'études est constitué de 50 éléments dont le pourcentage de sexe masculin est 92%, qui sont plus élevé de celui du sexe féminin Qui est de 8%, ce qui peut être expliqué que les femmes travaillent moins dans le service de Fabrication, ou d'autres obstacles comme les responsabilités familiales, constituent un frein pour les Femmes.

Catégorie d'Age	Effectif	Pourcentage
« 24ans-29ans »	3	6%
« 32ans-39ans »	16	32%
« 40ans-49ans »	21	42%
50 ans plus	10	20%
total	50	100%

Source : enquêtes

D'après le tableau ci-dessus nous avons constaté que dans la catégorie d'âge entre (24ans jusqu'à 29Ans), c'est la minorité, avec un pourcentage de « 6% », et « 32% » représenté par la catégorie D'âge qui est entre (32ans jusqu'à 39), suivi de celle qui est entre (40 ans jusqu'à 49 ans) avec un Pourcentage de « 42% » et pour le reste de notre population ayant entre (50) et plus avec un Pourcentage de « 20% ».

Ces salariés, sont pas vraiment jeune, car la catégorie majoritaire c'est celle entre (40 ans jusqu'à 49 Ans) ce qui n'est pas bénéfique pour l'entreprise CEVITAL, car cette catégorie elle n'a pas vraiment la Capacité de s'adapter, aux nouvelles technologies qui est devenue de plus en plus un moyen Omniprésent et efficace au sein de l'entreprise.

En revanche cette catégorie elle est au profit de l'entreprise CEVITAL par rapport à leur expérience.

Le poste occupée	Effectif	Pourcentage
Poste N°1 cadres	8	16%
Poste N°2 agents de maitrises	30	60 %
Poste N°3 agent d'exécutions	12	24%
Total	50	100%

Source : enquêtes

D'après le tableau ci-dessus nous avons constaté que les postes occupées par les salariés au sein de L'entreprise CEVITAL n'est pas aux hasards car elles sont liées aux pratiques de l'entreprise et les Caractéristiques associées aux postes de travail, qui englobe les responsabilités, les tâches, les Compétences et le rendement, parce que c'est une entreprise reconnu mondialement, et leader en Afrique. Nous avons trouvé que ce pourcentage n'est pas équilibré, la majorité c'est des Superviseurs processus, ce qui permet d'avoir une efficacité au niveau de la production, et en Deuxième position c'est les maintien industriel automatisme avec un nombre de « 10 » c'est un Avantage pour l'entreprise du fait que ça permet d'automatiser la production, ensuite, méthodiste production avec un nombre de « 8 » et pour le reste des postes comme contrôleurs qualités y a « 5 », Responsable excellence opérationnel y a « 4 » et pour gestionnaire RH y a « 3 ». Nous avons remarqué que dans ces postes y a une certaine chaine qui es de 15 poste jusqu'à 3 poste.

Expérience professionnelle :	Effectif	Pourcentage
« 1ans a 5ans »	11	22%
« 5ans a 10ans »	8	16%
« 11ans a 15ans »	13	26%
« 16ans a plus »	18	36%
total	50	100%

Source : enquêtes

D'après le tableau ci-dessus, on aperçoit, un déséquilibre entre les degrés d'expérience des salariés au sein de l'entreprise CEVITAL. 11 enquêtés entre « 1 a 5ans » d'expérience et 8 enquêtés entre « 5 a 10ans » d'expérience, 13 enquêtés entre « 11 a 15ans » d'expérience et pour les 18 enquêtés « 16 » a plus d'expérience. Nous pouvons retenir que la majorité des salariés au sein de l'entreprise CEVITAL ils ont de l'expérience ce qui signifie la clé du succès de l'entreprise CEVITAL.

Après avoir réalisé et présenté tous les données personnelles de notre échantillon d'étude, on va entamés l'analyse et l'interprétation des résultats des données recueillies dans l'organisme à partir des questionnaires que nous avons réalisé qui se portent sur 2 axes essentiels :

AXE N°1 :

Nouvelles technologies	Oui	Non
Postes occupées		
Cadres	16%	0 %
Agents de maitrises	60%	0%
Agents d'exécutions	24%	0%
TOTAL	100%	0%

- Ce tableau représente le taux de l'utilisation des NTIC selon les postes occupés au sein de l'entreprise CEVITAL selon les Différentes catégories.

Analyse statistique :

D'après ces données on remarque, que la majorité de notre échantillon c'est des agents de maitrises Avec 60%, les 56% utilisent les nouvelles technologies, ensuite 4% parmi c'est agents de maitrises N'utilisent pas ces nouvelles technologies, pour les cadres avec un nombre de 16%, travaillent avec Ces nouvelle technologie, tous les agents d'exécution dans notre échantillon avec un pourcentage de 24 utilisent les NTIC.

Analyse :

Nous avons constaté que la plupart des salariés au sein de l'entreprise CEVITAL à 96% Utilisent les NTIC ce qui es favorable pour l'entreprise, car ces nouvelles technologies facilitent en effet Grandement le travail des employés. En automatisant certaines tâches. Et pour les 4% des Salariés qui Occupe les postes d'agent de maitrises n'utilisent pas ces nouvelles technologies parce, qu'ils sont âgés et ne maîtrisent pas ses Technologies. Et les outils les plus utilisés, d'après notre échantillon au Sein de l'entreprise CEVITAL c'est les mails Et WhatsApp.

AXE N°2 : tableau pour la deuxième hypothèse :

Nouvelles technologies	Oui	Non
Optimisations des relations		
Cadres	14%	2%
Agents de maitrises	60%	0%
Agents d'exécutions	24%	0%
TOTAL	100%	0%

- Ce tableau représente l'optimisation des relations entre l'entreprise et ses salariés par les nouvelles technologies.

Analyse statistique :

D'après ces données nous avons remarqué que les 60% des agents de maitrises et les 24% d'agents d'exécution au sein de l'entreprise CEVITAL, ont un sentiment de confiance et d'appartenance et ils sont satisfaits du cadre de travail, pour les cadres il y en a 14% satisfait dans le cadre de travail, et 2% non satisfait.

Analyse :

Nous avons constaté que la majorité des salariés au sein de l'entreprise CEVITAL à 98% ont un sentiment d'appartenance ce, qui est bénéfique pour l'entreprise car, la satisfaction des employés Est un élément crucial de l'environnement de travail, qui a un impact significatif sur la productivité et la rentabilité des entreprise, et pour les 2% qu'ils ont dit non ils sont pas, satisfait parce que ne sont pas comblés, aussi le manque de soutien social et aussi par rapport la surcharge et le stress.

Analyse Discussion d'hypothèses :**« Les nouvelles technologies contribuent à faciliter la communication entre les salariés »**

A travers les résultats que nous avons obtenus de la part de nos enquêtes, nous avons déduit et constater que les nouvelles technologies contribuent à faciliter la communication l'interaction, entre les salariés

L'installation de ces dites nouvelles technologies visent une meilleure performance de ses salaries, et permettrait de renforcer la confiance et le sentiment d'appartenance car ces derniers permettent le partages d'information clair et précis.et surtout ils sont considérés comme l'élément central d'une bonne organisation qui à apporter beaucoup de changements au travailleurs.

-En premier lieu : les nouvelles technologies contribuent et renforce la confiance des salariés, lorsque les informations sont facilement transmissibles, et que la hiérarchie arrive à communiquer en toutes faciliter d'une façon claire, et rapide, les travailleurs donnent plus confiance à leurs supérieurs et même les soutenir, ses outils joue un rôle dans le développement du personnel de service et à la gestion et en second lieu ces nouvelles techniques de partage permet un meilleur rendement de travail, et parmi notre étude en constatent que :

- le partage d'informations est plus facile, et surtout plus rapide, les nouvelles technologies de partage tel que : l'email, ou la messagerie instantanée ou les groupe de partage dédié à l'entreprise rende l'informations disponible à tous moments, accessible à tous et garde même une trace.
- le travailleur peut accéder à n'importe quelles informations concernant le travail, sans même se déplacer au bureau, ou passer par la personne qui détient cette information
- le transfert d'informations se fait très rapidement et facilite la communication entre les salaries et cela va faire gagner du temps.
- selon notre étude les nouvelles technologies sont considéré comme élément de développement d'entreprise à long terme, leurs usages marque une importance considérable afin d'atteindre des objectifs rapides sans perdre de temps.
- La communication et donc plus fluide et plus rapide ce qui va faciliter les taches des salariés et leurs fournir un meilleur environnement de travail.

Les entreprises doivent impérativement encourager l'installation de ces outils et fournir des formations d'utilisation de ces outils a fin de viser à un meilleur avenir dans le but de renforcer le sentiments d'appartenance, de confiance de fournir un meilleurs environnement au employés de travailler plus rapidement, de gagner du temp,d'avoir des informations accessibles à tous moment ,de travailler à proximité de son bureaude nos jours ces des outils incontournable pour l'échange d'informations.

-En deuxième lieu : les nouvelles technologies de l'information et de la communication, des outils considérés comme outil et source de développement, pour un futur plus rapide, des changements afin d'accomplir ou de réaliser des taches au sein de l'organisme CEVITAL, avant cette émergence, ce se réaliser manuellement, mais avec l'arrivée de ces outils, le partage, et la réalisation des taches entre salarié ou entre salarié et supérieur se fait maintenant grâce à l'informatique.

- En troisième lieu : les nouveaux outils de transmission assurent le partage, et la diffusion claire d'informations concernant les programme de l'entreprise tel que les ordres à suivre, les missions à accomplir, les réunions, les nouveaux produits, les salariés vont être bien informer et a jour et vont être dans la mesure même de remplacer un autre employé, ou même d'être capable de prendre des décisions déjà dictée et éclairés par des messages transférer rapidement, les nouvelles

technologies peuvent faire aussi participer d'autres salariés au prises de décision et les responsabilisé d'avantages .

Après avoir constaté, et interpréter l'analyse des résultats nous avons confirmé que la première hypothèse est bien confirmée, les nouvelles technologies contribuent et joue un rôle pour le bon déroulement d'une bonne communication entre les salariés, notre première hypothèse confirme les questions de notre premier axe, nos questions répondent à notre hypothèse.

- Discussions de la deuxième hypothèse de l'étude :

« Les nouvelles technologies renforcent le sentiment d'appartenance, et de fidélisation entre les salariés »

D'après notre observation et notre collecte de donnée au près de nos répondants, nous avons considéré, que des nouvelles technologies de partage de données favorisent une bonne communication transparente et ces éléments est essentiels, car il va créer un sentiment d'appartenance, et va pousser à la confiance et une fidélisation entre salarié.

A travers les réponses des enquêtés nous avons déduit que la mise en place de ces nouvelles technologies au sein de l'entreprise va renforcer le sentiment d'appartenance et de fidélisation de ces employées.

- Lorsque une entreprise est munie des nouvelles technologies, l'information est partagée de façon rapide, ouverte, et accessible, les employés ont une meilleure façon de se sentir en confiance, les supérieurs vont les responsabiliser et les travailleurs vont se sentir valoriser, ce qui va créer ce sentiment d'appartenance, les employées vont se sentir impliqués ce qui va les fidéliser
- Quand les employés sont informés des décisions, des ordres, des nouveautés, des réunions, des tâches à exécuter, au sein de leurs organismes, et que les technologies vont même pouvoir partager leurs sentiments, et leurs préoccupations lors des échanges virtuels, leurs sentiments d'appartenance vont s'améliorer car des échanges sont constamment possible.
- Grâce au partage rapide, et à la diffusion plus facile des informations, une communication instantanée, entre salarié, ou entre salarié et hiérarchie, un sentiment d'appartenance va se créer et se développe grâce à la facilité qu'apportent ces nouvelles technologies.
- Les nouvelles technologies apportent un échange de communication plus facile ce qui va fidéliser ces salariés.

- Lorsque les différents employés de différents services communiquent efficacement et partagent leurs missions, et, et leurs perspectives, cela contribue à créer un sentiment d'appartenance.
- Les nouvelles technologies apportent la facilité de changer en permettant aux salariés d'avoir un sentiment d'appartenance, et de se sentir fidéliser

L'entreprise CEVITAL utilise différentes nouvelles technologies mises à disposition aux salariés afin de répondre à leurs besoins, et leur faciliter la tâche, et contribue en même temps au développement de compétence de ces employés qui vont se sentir grâce à ça valoriser, important, et fidèles. Notre recherche a mis en évidence l'importance des nouvelles technologies qui a réussi à créer un sentiment d'appartenance et de fidélisations entre salariés pour chaque un.

Suite aux résultats que nous avons obtenus auprès de nos répondants sur le terrain, nous constatons que la deuxième hypothèse est confirmée.

Notre deuxième axe confirme notre deuxième hypothèse, et nos deux hypothèses ont été bien évidemment confirmées, et on conclut que nos deux hypothèses sont complémentaires l'une pour l'autre, les nouvelles technologies permettent de communiquer en toute facilité et surtout va aussi créer un sentiment d'appartenance et de fidélisation de ces salariés.

Donc les nouvelles technologies restent un moyen efficace de transparence, de confiance, de valorisation, de fidélisation, de communication rapide, et renforce les liens et fidélisent ces employés, de ce fait, ces outils permettent un meilleur avenir et une meilleure coordination de communication à l'interne.

CONCLUSION GENERALE

CONCLUSION GENERALE

Les Nouvelles technologies de l'information et de la communication, dans ce nouvelle air fait partis dorénavant des nouveaux outils irréversibles pour renforcer les performance d'une entreprise, cette évolution technologique à désormais renforcer les capacités de communication interne qui vise à l'optimisation des relations entre l'entreprise et ses salariés.

Notre étude vise à constater et à comprendre comment les nouvelles technologies vont venir renforcer la communication interne entre salariés, et comment sont-elles crée un sentiment d'appartenance et de fidélisations dans l'entreprise CEVITAL de BEJAIA, puis nous avons suivis une enquête à base d'un questionnaire qui va nous aider à collecter des données sur le terrain, et des informations tirer de différents bureaux de l'organisme.

De plus les nouvelles technologies ont contribuer au bon déroulement de la gestion entre salariés, les outils de partage comme l'mail, les messageries instantanées et les autres outils tel que WhatsApp, ont effectivement favoriser un partage instantané d'informations utile, et une prise en charge des taches à exécuter rapidement.

Notre analyse théorique nous a aider à démontrer qu'aujourd'hui, les nouvelles technologies sont indispensables, c'est des outils de communication interne pour les salariés de CEVITAL, qui permettent de ce coordonnée, et de se valoriser, toutefois sa introduit des nouveaux effets sur la communication interne de l'organisme, cela va venir développer et améliorer leurs systèmes de communication interne par le gain de temps, qui favorisent les liens entre les salariés grâce à l'échange et le partage ,les lien vont se renforçaient favorisant un sentiment d'appartenance, ces moyens de communication interne on apporter des changements à la maniéré de travailler, et d'exécuter des taches plus facilement, et plus rapidement, de plus que ces moyens vont venir renforcer la cohésion entres les services.

Cette dernière prend en considération le rôle des nouveaux outils technologique dans le but d'une meilleure gestion, et une meilleure réactivité des salariés par la satisfaction de l'utilisations des technologies, comme un nouveau mode de travaille, ils forment une nouvelle révolution au niveau des unités de travaille, cette évolution inclut la conversion des moyens de communication par écrit au oraux, par des services plus facile, rentable, d'ordre informatique.

D'autre part cette nouvelle technologies à apporter un nouvel air qui prend en considération les besoins des salariés, dans une perspective de rendre les employés satisfait de leurs moyens de communication et de travail, et leurs fournir un bon environnement, grâce à l'utilisation de ce nouveau mode de communication interne, qui englobe une véritable révolution, issues d'une convergence de progrès réalisés dans les domaines de l'informatique afin d'améliorer les performances de l'entreprise et en même temps fidéliser ces employes,qui peuvent communiquer à temps réel sans même se déplacer.

Dans cette étude, nous avons essayé de montrer que les nouvelles technologies influent positivement sur les salariés de l'entreprise, du côté rationnel et opérationnel, nous avons trouvé

CONCLUSION GENERALE

que les nouveaux outils de partage et de communication aller venir aider le salarié à travailler plus rapidement, plus efficacement, plus sùrement, tous en confiance, et tous en réduisant le temps et l'effort dans le but d'atteindre l'informations complète à temps voulu, les nouvelles technologies a construit des groupes de travail plus solidaire, qui améliore leurs sentiments.

Les résultats de notre recherche montrent aussi que les nouvelles technologies sont devenues des outils vecteurs de perfectionnement des relations entre salariés dans l'entreprise CEVITAL, se changement de communication a réussi à mettre en confiance ces employés et a renforçaient leurs sentiments d'appartenance et d'optimiser leurs relations.

Nous avons confirmé que l'installation et l'utilisation des nouvelles technologies améliore la communication interne et favorise l'optimisation des relations et augmente le sentiment d'appartenance de ces employés.

À travers notre humble travaille, nous avons essayé d'apporter un plus sur le rôle de la communication interne à travers les nouvelles technologies afin d'optimiser les relations et fidéliser ces employés, dans l'entreprise CEVITAL de BEJAIA, d'après notre étude réaliser à l'aide du directeur RH et des salariés, et les résultats auquel nous sommes arrivées, que la mise en disposition des nouveaux outils technologique dans l'entreprise influence sur la bonne gestion des réalisation des taches et influence à modifier positivement le comportement des employés dans leur communication interne, nous avons aussi remarquer que les salariés ont réussi à développer en eux un sentiments d'appartenance grâce au objectifs atteindre aux attitudes positive qui augmente leurs fidélisation au sein de l'organisme, son impacte joue un rôle important sur le rendement du personnel

En dernier ces nouvelle technologies sont estimées comme une base de développement, de perfectionnement qui apporte un sentiment de satisfaction au travaille, on constate que ces outils impactent la communication interne de l'entreprise.

LISTE BIBLIOGRAPHIQUE

► OUVRAGES :

- ☛ Abdelkader RACHEDI, l'impact des tics sur l'entreprise, mémoire de magister, université de Saida, 2006.
- ☛ Adel BEN YUCEF, TIC et croissance économique : la diversité des facteurs numériques, Enseignements tiré des pays du sud et de l'est de la méditerranée, Université paris sud, 2004.
- ☛ ANGERS Mauris, initiation, pratiques à la méthodologie de science humaine, éd casbah, Alger 1995-1996.
- ☛ Assael ADARY, Céline MAS et Marie-Hélène WESTPHALEN, Communicator toute la communication à l'ère digitale 8eme édition DUNOD.
- ☛ Aude Riom, Thierry Libaert, Assael Adary, communication, éd dunod.
- ☛ Charles Bruneau, Cahiers de L'QIEF, (1957), p238, langue Populaire, communication de Charles Bruneau, Les Divertissements de cour au XV11 siècle le langage populaire Dans les œuvres littéraires française jusqu'à la révolution.
- ☛ CHARPENTIER P. « organisation et gestion de l'entreprise » édition Nathan, paris, 1997.
- ☛ Cîteau pierre gestion des ressources humaines principe généraux 2ème édition Armand Gadin paris 1997.
- ☛ COURB LAETITIAI Lethielleux, L'essentiel de la Gestion des Ressources Humaines, 5eme éd, L'extenso, 2011 /2012, ON J-C et TAJAN S.
- ☛ De Pierre Mouandjo Lewis, Patrice Mbianda, théorie et pratique de La communication, éd Le harmattan, 2010, 5-6, rue de l'école Polytechnique, 75005 Paris.
- ☛ GUY Augier et DECAUDIN Jean Marc, communication et publicité, 2eme éd DUNOD, paris, 1992.
- ☛ Janine Bremond, Alain Geledan, Dictionnaire d'économie et de science social, Hatier, Paris, 1997.
- ☛ Jean Marc Décaudin, Jacques Igalens, avec la collaboration de Stéphane waller, la communication interne, stratégies et techniques, éd3.

LISTES BIBLIOGRAPHIQUE

- ☛ Jean-Marc Décaudin Jacques Igalens avec la collaboration de Stéphane Waller la communication interne, 3éd, juillet 2013.
- ☛ Jean-Marc Décaudin, Jacques Igalens, avec la collaboration de Stéphan Waller, la communication interne, éd3.
- ☛ Lazard Judith, sociologie de la communication de la masse, A, colin, Paris France, 1991.
- ☛ Les différents types de communication écrit par Clémence Oiry, mai 2013.
- ☛ Les N.T.I.C, comment en tirer profit ? exemple dans l'agroalimentaire, collectif sous la direction de Pierre BOULOC, association CPA, Edition RIA.
- ☛ MADELAINE Doussy, information et communication, éd Bréal, 2005.
- ☛ Maurice ANGERS : Initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines, édition, Casbah, université d'alger,1997.
- ☛ Maurice Angers : Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, éd casbah, Alger, 1997.
- ☛ NGUYEN THANH Fannelly, La communication, une stratégie au service de l'entreprise, édition Economica, Paris, 1999.
- ☛ NGUYEN THANT fenelly, la, la communication au service de l'entreprise, éd económico, paris,1996.
- ☛ NGUYEN, Thant, la communication, une stratégie au service de l'entreprise, édition económico, paris France,1991.
- ☛ Omar AKTOUF : *méthodologie de sciences sociales et approche qualitative des organisations, une introduction à la démarche classique et une critique*. Montréal canada : Les presses de l'université du Québec,1987.
- ☛ Pateyron E et Salmon R, les Technologies de l'information et L'entreprise, Ed. Economica,1996.
- ☛ Pierre Bouloc, les nouvelles technologies de l'information et de la communication comment en tirer profit ? , éd Ria.
- ☛ Poillot-Peruzzetto Droit et Marchés, in Revue de la concurrence et de la consommation, N°101,1998.

LISTES BIBLIOGRAPHIQUE

- ☛ Raymon QUIVY et Luc VAN CAMPENHOUDT : manuel de recherche en sciences sociales, paris, 3eme édition, Dunod,1995-2006.
- ☛ Raymond Boudon, les méthodes en sociologie, Paris, PUF.
- ☛ REIX Robert, « système d'information et management des organisations », édition Vuibert, paris, 2000.
- ☛ Revue de science humaine, mai 2003, N 04.
- ☛ SAADOUN M., Technologies de l'information et de la communication et management, Hermès, Mars, 2000.
- ☛ SAADOUN Melissa, « Avec le temps », édition d'organisation, paris, 1998.
- ☛ Thierry LIBAERT, Marie-Hélène WESTPHALEN, COMMUNICATOR, toute la Communication d'entreprise ,6ème édition DUNOD.
- ☛ Thierry Libaert, Marie-Hélène westphalien, Communicator, toute la communication d'entreprise, éd6.
- ☛ TIC2013, les nouveaux temps réel, société entreprises individus, comment les TIC changent notre rapport au temps.

► DICTIONNAIRES :

- ☛ Dictionnaire de sociologie le Robert
- ☛ LE ROBERT, pour tous, dictionnaire de la langue française p209.

► MEMOIRES & THESES :

- ☛ KOSSAI M., « les technologies de l'information et des communications, la capitale humaine, les changements organisationnels et la performance », thèse de doctorat en science économiques, paris, 2013, P.28

LISTES BIBLIOGRAPHIQUE

- ☛ Mokrani Karima, le rôle de la communication interne au niveau de l'entreprise Naftal, mémoire master 2, université Abderrahmane mira, faculté des sciences humaines, département des sciences sociales, 2013/2015, pp17
- ☛ Moufida SADOK (2004), impact des TIC sur la compétitivité de l'entreprise :application innovante de l'internet pour la veille stratégique, projet de thèse, Encadré par : Mme Zeineb Mamlouk, M. Humbert Lesca.

► SITES :

- ☛ <https://www.questionpro.com>
- ☛ <https://www.ecommerce-nation.fr/limpact-nouvelles-technologies-communication-entreprises/>
- ☛ <https://www.gpeafrique.com/moodledata/filedir/f9/fc/f9fc68c1fbc0f1f278653ea21c3b64dba54179a4>.
- ☛ ([Http://www.mémoireonline.com/l'impact des TIC sur l'entreprise.html](Http://www.mémoireonline.com/l'impact%20des%20TIC%20sur%20l'entreprise.html)).
- ☛ <https://www150.statcan.gc.ca>
- ☛ <https://WWW.agence-horae.com/Cible> de communication.
- ☛ <https://tpdemain.com>
- ☛ <http://www.alloprof.qc.ca>
- ☛ (<https://factoral.fr/blog/communication-interne>)
- ☛ <https://www.lumapps.com/fr/communication-interne/types-communication-interne-entreprise/>
- ☛ <https://www.signitic.com/fr/ressources/outils/-communication-interne-entreprise>
- ☛ <https://www.lumpps.com>

LISTES BIBLIOGRAPHIQUE

- ☛ <https://wikimemoires.net/2011/02/types-tic-historique-tic-caracteristiques-des-tic/>, (adapté).

►Articles :

- ☛ BOUALAM M., inconvénients et avantages des TIC,in:;http://www.ummtto.dz/IMG/pdf/TIC_Chapitre_1_.pdf consulté le 14/03/2017 à 22:19

►Reuves :

- ☛ Revue de science humaine, mai 2003, N 04. P09



ANNEXES



Axe01 : Questionnaire

Dans le cadre de la préparation d'un mémoire de fin de cycle, que nous voulons réaliser sur le rôle de la communication interne à travers les nouvelles technologies dans l'optimisation des relations entre l'entreprise et ses salariés, cas de l'université Abderrahmane mira de Bejaia, nous vous serons reconnaissants de bien vouloir répondre à ce questionnaire.

Données personnelles

- 1) Fonction
- 2) Age
- 3) Expérience professionnelle
- 4) Poste occupé

Axe01 : généralités sur la communication interne

1) Utilisez-vous les nouvelles technologies ?

..... Oui Non

- Oui pourquoi ? / non pourquoi

.....
.....
.....

- Trouvez-vous que les nouvelles technologies sont importantes au sein de l'entreprise ?

.....
.....
.....

2) trouvez-vous des difficultés à avoir l'accès à l'information au sein de l'entreprise ?

.....

ANNEXES

.....
.....

3) quels types de nouvelles technologies utilisez-vous ?

*Email

*Messagerie instantanée

*Réseaux sociaux

*Plateformes collaboratives

*Autres

4) sur une échelle de 1 à 10 comment évaluez-vous la qualité de la communication interne au sein de l'entreprise ?

.....
.....

Axe02 : généralités sur l'entreprise, et l'optimisation des relations

1) Votre entreprise a-t-elle une existence ancrée au niveau national ?

.....
.....

2) Etes-vous plus au moins satisfait du cadre de travail ?

.....
.....

3) Les nouvelles technologies mises en place au sein de l'entreprise inspirent-elles confiance entre les salariés ?

.....
.....

4) Les nouvelles technologies renforcent en vous :

- Fidélité

- Confiance.....

- Appartenance

- Autres

RESUME

L'objectif de cette étude est de découvrir le rôle de la communication interne à travers les Nouvelles technologies pour optimiser les relations entre l'entreprise et ses salariés, En améliorant les Conditions matérielles de travaille et d'être à l'écoute avec les salariés et en favorisant l'échange d'information transparentes, ça permet de créer un lien et un sentiment de confiance et d'appartenance chez les employés. Nous avons mené une recherche au sein de l'entreprise CEVITAL de Bejaia. Pour confirmer que la communication interne à travers les nouvelles technologies Permet d'optimiser les relations entre l'entreprise et ses salariés et de développer en eux un Sentiment d'appartenance.

Nous avons, centralisées notre problématique sur la question principale suivante : Comment les nouvelles technologies peuvent crée un lien entre l'entreprise et ses salariés ?

À partir de cette étude et l'analyse des donnés collectés sur le terrain, nous n'avons conclu que les Nouvelles technologies au sein de l'entreprise CEVITAL, joue un rôle primordiale et essentiel pour L'optimisation des relations avec ses salariés, car il facilite d'bord le partage d'information et d'offrir Plus de Flexibilité pour, concilier leur vie professionnelle. En adoptant une communication Transparente en interne et d'offrir un climat de travail sain et stable ce qui permis de crée un lien de Proximité entre le Personnel ce qui es avantageux pour l'entreprise, et établir la confiance et le Sentiment d'appartenance envers cette entreprise.

Mot clés : La communication interne, les nouvelles technologies ; optimisation des relations.