

**UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA.**

**FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES  
SCIENCES GESTION.**

**Département des Sciences de Gestion**

**Mémoire de fin de Cycle**

**Pour l'obtention du diplôme de Master en Sciences de gestion**

**Option : Management économique des territoires et entrepreneuriat**

**Thème**

**L'impact des TIC sur le développement de l'entreprise  
Cas de Tchén-Lait Candia Bejaia**

**Réalisé par :**

- BENHAMMA Lynda
- DJELLILI Katia

**Encadré:**

Dr BOUMOULA Samir

**Devant le jury compose de:**

- President: Mme TALEB. H
- Examineur: Mr. TAKABAÏT. D

**JUIN 2017**

## *Remerciements*

*Aucun travail ne s'accomplit dans la solitude. Avant tout nous remercions Dieu le tout puissant qui nous a procuré de la volonté et du courage pour mener a terme cet humble travail ;*

*Un grand merci a notre encadreur Mr Boumoula Samir pour ses précieux et très pertinents conseils et son orientation tout au long de notre travail, nous lui présentons toute notre gratitude et reconnaissance, nous ne saurions assez le remercier ;*

*Nous adressons nos vifs remerciements à tous ceux qui nous ont aidés de près ou de loin à la réalisation de cet humble travail.*

*Lynda & Katia*



# Dédicaces

*J*e tiens vivement, à dédier ce modeste travail :

*A mes chers parents pour leurs amour et leur encouragement et soutient continu*

*A mes freres et sœur Nassim, Smail et Lydia*

*A celle à qui je dois tant ma meilleure amie et binome katia*

*A tout mes ami(e)s et tout ceux et toutes celles qui me sont cher et particulièrement pour toi farid.*

*B. lynda*

# *Dédicaces*

*J*e tiens vivement, à dédier ce modeste travail :

*A mes chers parents pour leurs amour et leur encouragement et soutient continu*

*A mon frere Said et ma sœur Biba et yemma Hassina*

*A celle à qui je dois tant ma meilleure amie et binome Lynda*

*A tout mes ami(e)s et tout ceux et toutes celles qui me sont cher et particulièrement pour toi mon mari Sid Ali.*

*DJ. Katia*

# ***sommaire***

## **Sommaire**

<b>Introduction générale, contexte et problématique.....</b>	<b>1</b>
<b>Chapitre 01 : Présentation des technologies de l'information et des communications (TIC).....</b>	<b></b>
<b>Introduction.....</b>	<b>4</b>
<b>Section 01 : Quelques définitions et généralités sur les TIC.....</b>	<b>4</b>
1.1. Définitions des TIC.....	4
1.2. Emergence des TIC.....	6
1.3. Caractéristiques TIC.....	9
1.4. Les outils des TIC.....	11
<b>Section 02 : Rôles, enjeux, effets et avantages et inconvénient des TIC dans l'entreprise..</b>	<b>16</b>
2.1. Rôles des TIC dans l'entreprise .....	16
2.2. Les enjeux des TIC dans l'entreprise.....	17
2.3. Les effets des TIC.....	18
2.4. Avantages et inconvénients des TIC dans l'entreprise.....	20
2.4.1. Les avantage .....	20
2.4.2. Les inconvénients .....	21
<b>Conclusion.....</b>	<b>22</b>
<b>Chapitre02 :L'impact des TIC sur le développement l'entreprise.....</b>	<b>23</b>
<b>Introduction.....</b>	<b>23</b>
<b>Section01 : L'information et la communication dans l'entreprise .....</b>	<b>23</b>
1.1 .L'informations dans l'entreprise.....	23
1.1.1 .Les sources de l'information .....	24
1.1.2. La diffusion de l'information.....	27

# **L'impact des technologies de l'information et de communication sur le développement de l'entreprise**

---

1.2. La communication dans l'entreprise.....	28
1.2.1. Les types de communication .....	29
1.2.2. Les objectifs de la communication.....	31
1.3. La relation entre l'information et la communication.....	33
<b>Section02 :L'impact des TIC .....</b>	<b>34</b>
2.1. L'impact des TIC sur la performance de l'entreprise .....	34
2.2. L'impact des TIC sur l'économie .....	35
2.3. L'impact des TIC sur les conditions de travail.....	36
2.4. L'impact des TIC sur les ressources humaines .....	38
<b>Conclusion.....</b>	<b>39</b>
<b>Chapitre03 : Présentation de l'organisme et l'analyse et l'interprétation des résultats..40</b>	
<b>Introduction.....</b>	<b>40</b>
<b>Section 01 : Présentation de l'organisme.....</b>	<b>40</b>
1.1. L'historique.....	40
1.2. La direction générale et missions des directions.....	42
1.3. Les objectifs de l'entreprise Tchén-Lait Candia.....	45
1.4. L'activité de l'entreprise tchin-Lait Candia.....	46
1.5. Les clients de l'entreprise Tchén-Lait Candia.....	53
<b>Conclusion.....</b>	<b>76</b>
<b>Conclusion générale.....</b>	<b>75</b>
<b>Bibliothèque</b>	
<b>Annexes</b>	



# **L'impact des technologies de l'information et de communication sur le développement de l'entreprise**

---

**TIC** : Technologie de l'information et de la communication

**OQLF** : Office Québécois de la langue française.

**WEB** : World Wide Web signifiant toile d'araigne « toile mondiale »

**ERP** : Entreprise Ressource Planning

**EDM** : La gestion Electronique de document

**EIS** : Electronique Inter change Système

**EDI** : Electronique Data Inter change

**OCDE** : Organisation de Coopération et Développement Economique

**GRH** : Gestion des Ressources Humaine

**UHT** : Ultra Haute Température

**DG** : Direction Générale

**SPA** : Société Par Action

**APSI** : Association de Prévention soins et insertion

**E-mail** : courrier électronique

**TCP/IP** : Transmission Control Protocol / Internet Protocol

### Introduction générale, contexte et problématique

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) sont, en peu de temps, devenues l'un des piliers de la société moderne. Aujourd'hui, de nombreuses organisations font appel aux nouvelles technologies de l'information et de la communication de fonctionner leurs domaines, d'augmenter leurs productivité et de minimiser leurs couts, étant donné que ces moyens permettent l'amélioration des activités et assurent plus d'efficacité dans le travail en générale et par conséquent une productivité élevée.

Compte tenu de l'évolution entament rapide à la fois des technologies et des usages associés et les transformations que les entreprises qui sont obligées d'affronter, cette étude se penche sur cet aspect en voulant découvrir la réalité de l'usage des TIC et leur impact sur l'entreprise dans le milieu professionnel.

Les TIC s'agit des activités liées de près à la fabrication ou à l'utilisation des matériels informatiques ou de communication qui contribuent à la modification des modes d'organisations de l'activité économique. Elles améliorent l'efficacité et la flexibilité des outils de production. Elles offrent aux entreprises de nouveaux outils de gestion, elles sont les facteurs clés de la compétitivité des entreprises, les TIC ont fait de nouveaux biens d'équipement, apportent des améliorations substantielles à des produits existants et suscite le développement de nouveaux services<sup>1</sup>.

Notre choix du thème « l'impact des technologies de l'information et des communications sur le développement de l'entreprise ». Vu l'importance des TIC dans le changement qui apparaît dans l'entreprise et leurs influence sur le niveau social, culturel, organisationnel et concurrentiel ainsi que dans la diffusion de l'information à temps réel, nous avons été poussé d'avantage à bien mener une recherche au niveau de TCHIN-LAIT CANDIA wilaya de Bejaia, l'une des entreprises les plus connues pour sa gestion organisationnelle et pour la bonne qualité des produits.

---

<sup>1</sup> MOKRANE Ali, Diffusion et impact des technologies de l'information et de communication au sein des entreprises : élément d'analyse empirique du cas de l'industrie manufacturière algérienne, Université Mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou, P 9.

Pendant notre période de stage au sein de l'entreprise Tchén-Lait Candia Bejaia et après les questions posées aux différents services, nous avons pu collecter les informations nécessaires pour l'étude des TIC de celle-ci.

Nous voulons savoir à quel niveau les TIC contribuent à l'évolution et au développement de l'entreprise qui utilise ces technologies.

L'objet de cette étude est de montrer l'importance et l'utilisation des TIC dans le milieu professionnel et mettre en évidence l'influence de cette utilisation sur le développement de l'entreprise.

Le monde dispose aujourd'hui de plus en plus de moyens de communication plus efficaces, développement rapide des technologies de l'information et de la communication, les fonctions de l'entreprise sont transformées par les TIC, ces derniers viennent à soulager l'effort mental en prenant certaines charges : calcul, vérification, classement...etc.

Dans ce travail nous allons nous concentrer au début sur la problématique centrale de l'impact des TIC sur le développement de l'entreprise. Pour répondre à la question de départ d'autres questions secondaires peuvent en déboucher:

- Comment engager les TIC dans l'entreprise, et avec quels moyens et outils?
- Quel est l'effet des TIC sur l'entreprise ?

A partir de notre problématique, nous avons formulé les hypothèses suivantes :

- 1-Les TIC jouent un rôle important dans l'entreprise
- 2-Les TIC contribuent au développement de l'entreprise

Pour parvenir à notre objectif nous avons opté pour une méthodologie de recherche qui consiste en la recherche bibliographique (ouvrages généraux, articles, thèses) et des sites internet. Pour faire compléter notre recherche théorique, nous avons effectué une enquête de terrain, à travers des questionnaires semi-directifs et directifs qui sont élaborés par nos soins à fin de confirmer ou bien d'affirmer les hypothèses précitées, notre travail sera scindé en trois chapitres.

Le premier chapitre est consacré pour présenter des TIC, ce chapitre contient deux Sections, la première aborde quelques définitions et généralités sur les TIC, la deuxième Porte sur les rôles, enjeux, effets et avantages et les inconvénients des TIC dans l'entreprise. Le second chapitre tentera d'expliquer l'impact des TIC sur l'entreprise, ce chapitre Sera divisé en deux sections, la première sera réservée pour l'information et communication de l'entreprise, leurs sources, types et objectifs. La seconde section explique l'impact des TIC dans l'entreprise.

Enfin le troisième chapitre intitulé « l'impact des TIC sur le développement de l'entreprise » qui va constituer notre propre contribution. Ce chapitre est subdivisé en deux sections la première est consacrée pour présenter l'entreprise, Tchén-lait Candia, Bejaia dans laquelle nous avons effectué notre recherche de terrain, la seconde est une bordure pour l'analyse et l'interprétation des résultats.

En somme, nous terminerons notre travail par une conclusion générale dont on va essayer de répondre à la question de départ portant sur l'impact des TIC sur le développement de l'entreprise.

# ***Chapitre I***

## **Introduction**

Les Technologies de l'information et de la communication (TIC) ont considérablement évolué, modifiant profondément notre vie quotidienne, elles sont devenues un nouveau vecteur de plus en plus important de la croissance économique de l'entreprise, elles ont transformé la planète en un petit village.

Tout au long du premier chapitre nous allons cerner d'une manière théorique le concept de TIC tout en ayant une vision précise et claire sur son historique et son évolution. Nous aborderons également leur rôle, enjeux et leurs effets sur l'entreprise.

## **Section1 : Quelques définitions et généralités sur les TIC**

La notion des TIC n'a rien d'absolue, elle est relative et mouvante. Elle est intimement liée aux évolutions industrielles, aux mouvements économiques, et plus largement, à l'histoire des sociétés. Cependant avant d'approfondir notre thème, il est nécessaire de définir le concept des TIC.

### **1.1-Définition des TIC**

« Les technologies de l'information et de la communication ou TIC, représentent l'ensemble des technologies informatiques qui contribuent à une véritable révolution socioculturelle, mais principalement leurs applications dans le champ économique. D'ailleurs ces technologies ne sont plus vraiment nouvelles. D'où le nom de TIC l'ordinateur portable, la télévision, le téléphone portable, la tablette interactive, internet constitue l'ensemble des technologies d'information et de communication »<sup>1</sup>.

« La définition internationale qui retient comme champs des TIC des activités économiques qui contribuent à la visualisation, au traitement, au stockage et à la transmission de l'information par des moyens électroniques. D'autres définitions comme celle d'HERBERT SIMON : (prix Nobel des sciences économiques 1998) et qui paraît la plus acceptée, est basée sur les caractéristiques des TIC. Selon cet auteur ces technologies aident à rendre :

---

<sup>1</sup> <http://les.NTIC/technologie-de-l'information-et-de-communication.html>.

« Toute information accessible aux hommes, sous forme verbale ou symbolique, existera également sous forme lisible par ordinateur; les livres et mémoires seront stockés dans les mémoires électroniques... ».

Ainsi les technologies d'information et de communication peuvent être définies comme étant: « L'ensemble des technologies d'informatiques et de télécommunication, elles sont les résultats d'une convergence entre technologies. Elles permettent l'échange des informations ainsi que leurs traitements. Elles offrent aussi de nouveaux moyens et méthodes de communication »<sup>2</sup>.

Le dictionnaire Larousse définit les technologies de l'information et de la communication comme étant un « ensemble des techniques et des équipements informatiques permettant de communiquer à distance par voie électronique (câble, téléphone, Internet, etc.) »<sup>3</sup>. Mais cette définition se limite à la convergence de l'informatique et des télécommunications en vue de communiquer et ne tient pas compte de l'impact de la convergence numérique dans les multimédias et l'audiovisuel.

Le grand dictionnaire technologique l'OQLF (Office Québécois de la Langue Française) définit les technologies de l'information et de la communication comme étant un « Ensemble des technologies issues de la convergence de l'informatique et des techniques évoluées du multimédia et des télécommunications, qui ont permis l'émergence de moyens de communication plus efficaces, en améliorant le traitement, la mise en mémoire, la diffusion et l'échange de l'information »<sup>4</sup>. Cette définition est beaucoup plus complète que la précédente en tenant compte de la convergence numérique dans son ensemble. Elle reflète davantage le point de vue des institutions internationales qui considèrent les technologies de l'information et de la communication comme étant l'intégration des techniques des télécommunications, de l'informatique, des multimédias et de l'audiovisuel.

---

<sup>2</sup> BOUHENNA Ali, Les enjeux des NTIC dans l'entreprise, Université de Tlemcen, P3.

<sup>3</sup> Le Petit Larousse illustré 2013\* paris, Larousse, 2012, p 1934.

<sup>4</sup> Office Québécois de la Langue Française banque de dépannage linguistique (en ligne), <http://www.oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bdl.html>.



Les TIC est un ensemble d'évolutions et de mécanismes que nous résumons comme suit<sup>5</sup> : apparition de nouvelles technologies de l'information et de communication notamment l'internet, de nouveaux biens et services liées a ces technologies, incorporation de ces nouvelles technologies dans le processus de production, dans l'ensemble des biens et services, réorganisation des entreprises autour des formes plus flexibles, modification de la nature de rémunération.

Dans ce cadre les TIC représentent des activités liées de près à la fabrication ou à l'utilisation des matériels informatique ou de télécommunication, ces activités regroupent notamment<sup>6</sup> :

- Des activités de fabrication (Matériels électroniques, informatique, de la communication).
- Des activités de fabrication de composants pour ces matériels.
- Les créateurs de contenus pour les sites internet (Flux, vidéos, multimédia bourses en ligne.
- Le commerce et la location de ces matériels.
- Les services liés (télécommunication, service informatique, conseils, traitement de données...).
- La réalisation de logiciels (accès internet, logiciel informatiques).

## 1.2. L'émergence des TIC

Lorsque nous parlons aujourd'hui des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC), il est essentiellement question du rapprochement entre les télécommunications (téléphone, radio, télévision) et l'informatique. C'est cette jonction qui a donné naissance au World Wide Web, c'est-à-dire au réseau internet que l'on pourrait qualifier de TIC la plus performante dans le sens ou elle réunit tous les supports multimédias en les mettant en réseaux. Comment en est-on arrivé là ?

---

<sup>5</sup> Artus Patrick : « la nouvelle économie ». La découverte et Syros, Paris, 2001, p3.

<sup>6</sup> Idem, P11.

« Le développement des TIC et leur mise en réseau constituent des vecteurs potentiels forts de banalisation de ces échanges et des opérations de traduction afférente. Cette banalisation peut prendre appuie sur l'effet combiné de la diminution des couts de la facilitation de l'accès et de l'introduction des dispositifs informatisés de Coproduction.

Elle tire partie de la diffusion progressive de savoir faire en matière d'utilisation de ces technologies, et de ces traitement formalisés d'information et de codification de l'information qui prends appuie sur les TIC favorise l'extension du domaine des échanges banalisés d'information de ceux qui s'établissent entre acteurs sans liens personnalisé préexistants »<sup>7</sup>.

Les technologies de l'information et de la communication, même si on ne les a pas toujours appelées ainsi, ont une très longue histoire derrière elles. Il semblerait logique, en guise de préambule, de commencer par l'invention de l'écriture en Mésopotamie, 3300 *ans avant JC* qui s'est développée concrètement au moyen d'argile humide et de roseaux taillés ou encore d'aborder la xylographie, ou gravure sur bois, qui était pratiquée avant l'invention de l'imprimerie. Toutefois, devant la masse d'informations que nécessiterait une telle énumération de techniques et de découvertes, allant de l'alphabet à l'invention du papier, nous nous contenterons d'évoquer les principales étapes qui ont marqué cette histoire.

En faisant un bond dans l'espace et le temps, nous arrivons en Europe en 1468 avec l'invention de Gutenberg, c'est-à-dire la typographie et la presse à imprimer, qui a permis largement à la diffusion d'informations.

En 1793, Claude Chappe met en place un système de communication optique et mécanique appelé « sémaphore ». Conçu sous forme de tourelles de pierre se transmettant des signaux à l'aide de bras mécaniques, ce système est le premier réseau de télécommunications d'envergure nationale composé en 1844 de 534 tours. Il faudra attendre 1832 pour voir apparaître le télégraphe électrique.

En 1801, Joseph-Marie Jacquard invente un métier à tisser automatisé dit « métier Jacquard » qui fonctionne grâce à un système de cartes perforées.

---

<sup>7</sup> LE MOENNE Christian, science de la société de la communication organisationnelle en débat, la presse universitaire du MIRAL, Paris, P 101.

Cette invention marque l'avènement de l'automatisation qui préfigure la mécanographie, c'est-à-dire l'ensemble des techniques mécaniques qui permettent le traitement, le calcul et la publication d'informations : l'ancêtre de l'ordinateur en quelque sorte.

Alexander Graham Bell invente le téléphone en 1876 et Thomas Edison invente le phonographe en 1877. Les sons peuvent désormais être enregistrés et retransmis.

En 1895, grâce aux frères lumière, c'est au tour des images en mouvement à être immortalisé par l'invention du projecteur de film.

Ensuite, l'histoire s'accélère et une série de découvertes scientifiques vont se compléter pour donner naissance à des technologies de la communication de plus en plus performante qui réduisent à chaque fois la distance entre les hommes.

En 1920 les premières émissions de radios commerciales sont diffusées.

En 1935 c'est au tour de la machine à écrire électrique d'être commercialisé.

En 1943, grâce à Alan Turing le premier ordinateur, à l'origine conçu pour percer les codes allemands durant la seconde guerre mondiale, voit le jour. Von Neumann va développer le concept de mémoire pour l'ordinateur en 1948. En 1969, Le département de défense des Etats-Unis d'Amérique crée le réseau Arpanet et permet à deux ordinateurs de communiquer à distance. Il s'agit de l'ancêtre d'internet.

Le premier E-Mail est envoyé en 1972 par Ray Thomlinson. L'ordinateur individuel, le PC (personal computer) est présenté en 1974.

En 1981, le réseau postal français met en place le minitel, connectant ainsi des milliers d'individus entre eux. C'est l'avènement de la vente par correspondance électronique ainsi que des sites de rencontres.

Les années 90 marquent l'avènement de l'internet. Son arrivé signifiait qu'au lieu de système de libre accès, situés dans des centres d'orientation, on pouvait créer des sites internet accessibles instantanément par les individus à partir d'une grande diversité des lieux, y compris leurs domiciles.

Actuellement les technologies distinctes, jusqu'ici à caractère analogique, que constituait l'ordinateur, la télévision et le téléphone sont entrain de fusionner dans un ensemble numérique intégré.

### 1.3. Les caractéristiques des TIC

Il y a beaucoup de caractéristiques de cet élément, on peut discuter uniquement sur la relation entre l'économie et l'entreprise que ce soit avec sont environnement interne ou externe qui peut être résumé comme suit:

- elle est en concurrence à l'échelle mondiale parce que l'activité de l'entreprise n'est pas seulement locale ou régionale mais internationale grâce au tissu mondial de l'information qui participe dans l'activité de la mondialisation économique.
- La demande sur l'élément humain, parce que la concurrence se base sur la base de la compétence des ressources humaines ;
- Elles ont permis (TIC) de travailler au temps réel dans les entreprises parce que la vitesse est l'une des priorités dans la concrétisation du travail concurrentiel ;
- Le changement entre les ressources de biens et les ressources intellectuelles que sa valeur en surplus dans certains pays ;
- L'apparition dans l'entreprise des conceptions et activités nouvelles à travers : la rapide riposte au marché, et le prix concurrentiel avec comme éléments qu'on garde comme la qualité mondiale et le respect du temps réel su la base de l'avantage concurrentiel ;
- La réduction du temps de la transformation de l'idée ou la création de produit de l'utilisation, c'est-à-dire qu'il y a une vitesse entre l'industrie et la recherche scientifique ;
- Suivre une politique de l'économie du marché par les concurrents ;
- Se basant sur la production diversifiée qui est bonne pour le consommateur parce qu'il y a des goûts et de besoins différents ;
- De se débarrasser du mode traditionnel de l'information et l'échanger surtout avec le développement du multiplicateur grâce aux entreprises qui n'ont pas de résidence ;

- l'apparition des classes nouvelles du savoir qui permettent de concrétiser un développement qu'il n'aura pas du les concrétiser auparavant, qui est sur la base du savoir ;
- la révolution de l'information a permis d'autoformation qui développe l'individu lui-même grâce aux flux de l'information ;
- La révolution de l'information permis aux pauvres de devenir riche à condition qu'ils aient un métier et d'être compétitifs.

- Efficacité : Celui qui utilise ces technologies est indépendant et expéditeur en même temps, les partenaires dans l'opération de communication peuvent échanger des rôles et cela qui a provoqué un genre d'efficacité entre les personnes et les entreprises et autres communautés.

- Décentralisation: C'est la caractéristique qui permet l'autonomie des TIC, le cas de l'Internet possède la continuité dans le travail dans n'importe quelle situations, c'est impossible aucune partie du monde ne peut arrêter l'Internet parce que c'est un réseau qui communique entre les personnes et les entreprises.

- Connectivité: On peut relier entre les appareils même s'ils sont différents dans la fabrication d'un pays ou ville de confectionnent<sup>8</sup>.

- Mobilité: C'est-à-dire que l'utilisateur peut bénéficier des services pendant ses déplacements exemple : comme l'ordinateur portable ou le téléphone portable.

- Convertibilité: Elles peuvent transmettre des informations d'un milieu à un autre exemple transmettre une lettre écoutée à une lettre écrite ou parlée comme la lecture électronique.

- Démystification: C'est-à-dire qu'on peut envoyer une lettre à une personne comme on l'envoie à d'autres personnes sans passer par la société, et on peut la maîtriser comme le cas de l'envoi du producteur au consommateur.

---

<sup>8</sup> Abdesslam Bendiabdellah : Revue économie et management publication de la faculté des Sciences Economiques et de gestion Université Abou Bekr Belkaid -

- Répartition: C'est-à-dire que ce réseau peut s'élargir comme il englobe un nombre plus élevé de personnes, une surface plus étendue avec une grande souplesse.

- C'est l'environnement où elles s'activent ces TIC parce qu'elles utilisent un espace plus grand dans n'importe quelle région du monde et elles permettent des flux du capital d'information, sa décentralisation a permis de s'épanouir dans l'environnement international surtout dans la transaction des commerces qui a permis de dépasser le problème du temps et l'espace.

- Grâce à l'accélération de l'innovation technologique, aux enjeux industriels et à la concurrence, les technologies et les infrastructures de réseaux vont devenir moins coûteuses que les prix de contenus et plus accessibles au plus grand nombre ;
- Ces interrogations montrent combien le savoir est devenu une ressource précieuse et coûteuse. Elles montrent également combien il est important pour les pouvoirs publics de mettre en place un cadre réglementaire qui, d'une part garantisse un libre accès à l'information dans sa diversité et, d'autre part, favorise la libre concurrence et le pluralisme dans un environnement économique équilibré.<sup>9</sup>

## **1.4. Les outils des TIC**

### **1.4.1. L'internet**

Avant toute chose, définissons Internet comme un réseau à deux niveaux : Le premier est matériel, c'est la toile d'araignée (Web) qui compose les millions d'ordinateurs reliés entre eux. Le deuxième est immatériel : il naît de liens logiques (hyperliens) que les logiciels nouent entre les millions de documents multimédia et qui permettent à l'utilisateur, par un simple clic avec sa souris, de voyager de l'un à l'autre, quelle que soit leur localisation physique.

C'est un puissant outil qui permet à l'entreprise de mettre en œuvre différentes stratégies, il ne constitue pas en soi une stratégie. On peut en revanche lancer des stratégies qui puisent une grande force dans le commerce électronique.

---

<sup>9</sup> UNESCO, Rapport mondial sur la communication : Les médias face aux défis des nouvelles technologies, Editions UNESCO, 1997, p.12.

Selon cette conception, Internet ne crée pas de nouveaux débouchés, mais il rend ceux qui existent plus passionnants que jamais. Il modifie également la dynamique de l'activité économique. L'inter connectivité rendue possible par Internet nous reliera de plus en plus étroitement à nos clients et à nos fournisseurs : une simple relation commerciale se transformera en partenariat ou tout le monde gagne.

- L'internet marque une révolution en matière de coûts de transmission de l'information. Cette technologie bonne marché et standardisée permettra des gains d'efficacité incalculables.

- L'internet marque une révolution dans le domaine du marketing. L'interconnexion en temps réel d'individus et d'entreprise réduira le temps du cycle allant des études de marché à l'innovation, en passant par le retour d'information.

- L'internet marque une révolution dans les affaires. Non seulement la technologie facilite la stratégie, mais elle la dicte aussi. Sa nature de réseau change fondamentalement la façon dont l'entreprise peut créer de la valeur.

L'internet est un réseau mondial associant des ressources de télécommunication et des ordinateurs serveurs et clients, destiné à l'échange de messages électroniques, d'informations multimédias et de fichiers, il fonctionne en utilisant un Protocol commun (Protocol IP).<sup>10</sup>

#### **1.4.2. L'intranet**

Les entreprises développent des réseaux intranet pour améliorer leurs fonctionnements et gagner en productivité.

L'intranet est un réseau informatique local c'est-à-dire utilisé uniquement à l'intérieur d'une entreprise ou d'une organisation quelconque. Ce réseau local utilise les mêmes technologies que l'internet. Plus précisément, il s'agit d'un système « utilisateur-serveur ». <sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> BOULOC Pierre, NTIC : comment en tirer profit, 8 Edition. RIA, Paris, 2003. P229

<sup>11</sup> LAMIZET Bernard, SJLEM, Ahmed, dictionnaire encyclopédique de sciences de l'information et de la communication, Edition Ellipses, Paris, 1997, P199.

L'intranet est un réseau à usage privé, utilisant tout ou partie des technologies ou infrastructures de l'Internet pour transporter et traiter les flux d'information internes d'un groupe d'utilisateurs (au sein d'une même entreprise ou administration, ou étendu à des clients, partenaires, ou fournisseurs). Il peut être utilisé indépendamment ou en complément d'Internet. Il sert bien sûr à communiquer mais également à formaliser une connaissance à partager (Groupware, ou travail collectif), à déployer des applications (diminution des coûts), à suivre des procédures ou processus (Workflow).

#### **1.4.2.1. Les caractéristiques de l'Intranet**

- \_ Permis de travailler et formation grâce aux groupes ;
- \_ Relation de travail grâce à l'autonomie ;
- \_ Précise de décision favorable et stricte ;
- \_ Augmentation de la compétence ;
- \_ Les entreprises peuvent travailler ensemble grâce à l'Internet ;
- \_ Intégration à l'économie mondiale.

«L'intranet offre un moyen d'accès à l'internet, mettant aussi à la disposition de ses utilisateurs des sources d'information et de communication externe »<sup>12</sup>.

#### **1.4.2.2. Le fonctionnement de l'intranet à travers ses concepts**

- Il sert à relier plusieurs employés dans l'entreprise par le biais du réseau local dans le but de faciliter leurs communications, leurs collaborations et la gestion de leur travail à travers un simple navigateur. Il offre un moyen d'accès à l'Internet, mettant aussi à la disposition de ses utilisateurs des sources d'information et de communication externes.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Philippe DERTIE. Catherine BROYEZ. Op.cit., P 143.

<sup>13</sup> Marie Hélène Westphalien : Le guide la communication d'entreprise. Page 396.



Il crée un rapprochement, entre l'entreprise et ses acteurs (employés) tout en favorisant l'autonomie de ces derniers et leur indépendance (satisfaction individuelle, capacité de décision à tout niveau).

Ce qui permet de développer l'innovation et la création au niveau de l'individu comme au niveau du groupe. Par conséquent, cette liberté, facilité de communication et d'interaction offre à tout un environnement supportant la communication horizontale.

- Au niveau du groupe, l'intranet offre la possibilité de travail collaboratif et favorise le Groupware. Ce qui se traduit généralement par des groupes d'intérêts et des groupes de pratiques (pensons à un groupe travaillant sur un projet).

### **1.4.3. L'extranet**

Un réseau extranet est un site a accès sécurisé permettant a une entreprise de n'autoriser sa consultation qu'a certaines catégories d'intervenants externes en général ses clients. Les entreprises développent un extranet pour que leurs applications soient accessibles.

L'extranet élargie l'accès à internet à un public extérieur à l'entreprise, public, restreint et sélectionné (client fournisseur). Exemple d'extranet qui existe dans l'entreprise CANDIA : une liaison entre le poste et la société dont on utilise un mot de passe pour entrer dans le réseau de la poste a fin de consulter le compte de la société et de transmettre les donnée au service finance et comptabilité.<sup>15</sup>

L'Extranet permet donc de s'appropriier les outils d'Internet tout en développant une infrastructure propre à l'entreprise et en contrôlant les problèmes de sécurité. Mais l'Intranet reste tourné vers l'entreprise et ne permet pas de s'ouvrir vers ses partenaires extérieures. Ainsi, l'Extranet offre la possibilité d'ouvrir L'Intranet à l'extérieur à destination de tiers à l'entreprise telle que des clients ou des fournisseurs.

---

<sup>14</sup> Liliane Démon-Lugo et autres, communication des entreprises stratégies et pratiques, 2<sup>eme</sup> Edition, Armon colin, paris, 2006, p122.

C'est un réseau d'internet privé de l'entreprise qui utilise les techniques internet pour relier partenaires, fournisseurs, sous traitants et clients de l'entreprise, et améliorer la qualité et la rapidité des échanges entre ces différents acteurs

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

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

**1.4.4. Le groupware :** « est un ensemble des technologies et des méthodes de travail associées qui, par l'intermédiaire de la communication électronique, permettent le partage de l'information sur un support numérique à un groupe engagé dans un travail collaboratif et/ ou collaboratif ». <sup>16</sup>

Le groupware, c'est-à-dire le travail en groupe en réseau, ouvre la voie vers une nouvelle façon de travailler. Des notions telles que la transversalité induites par la gestion de projet conduisent l'entreprise à remettre en cause les structures hiérarchiques traditionnelles d'autorité. Désormais, l'information, en étant de plus en plus facilement accessible risque de remettre en cause l'existence de niveaux hiérarchiques intermédiaires tels que les postes de cadres.

Le groupware facilite trois mécanismes fondamentaux inhérents aux organisations humaines : la coordination, la coopération et la communication. Ce sont des concepts clés des sciences de l'organisation.

---

<sup>15</sup> « GROUPWAR », Disponible sur : <http://www.techno-sciene.net/?onglet=glossaire&définition=269>, consulté le : 27/03/2017.

## **Section 02 : Rôles, enjeux, effets et avantages et inconvénient des TIC dans l'entreprise**

### **2.1. Rôles des TIC dans l'entrepris**

La technologie est un instrument stratégique à travers lequel s'expriment des objectifs et des intérêts. Il est utile de distinguer les rôles des TIC dans le changement organisationnel et les différents rôles assignés à la technologie.

- Le cas le plus répandu est celui où la technologie joue un rôle de facilitateur des changements. ils offrent une panoplie d'outils, modulables et adaptables et des moyens informatique et de communication qui contribuent à la modification des modes d'organisation des activités économiques, elles améliorent l'efficacité et la flexibilité des outils de production. Ils permettent en effet une meilleure efficience dans la gestion de la production, la gestion commerciale et dans la gestion des ressources humaines.
- La technologie peut encore jouer un rôle plus dynamique, quand elle sert d'incitant à l'innovation. Ainsi le livre numérique, la presse en ligne, l'édition multimédia sont des opportunités d'innovation que des entreprises de presse et d'édition ont pu saisir en profitant du développement de l'Internet et en s'emparant de certaines de ses potentialités. D'une manière générale, le caractère ouvert des technologies de l'information communication est un incitant à l'innovation de produits, alors que nombreux auteurs déplorent que les TIC aient été jusqu'ici essentiellement utilisées comme facilitateur d'innovations de procédés.
- La technologie peut également jouer un rôle plus fort, quand elle fournit une infrastructure des services financiers. Les TIC ne sont pas seulement un facilitateur de restructurations de la banque et de l'assurance, elle constitue également l'infrastructure de base des nouveaux services : Monnaie électrique, guichets automatique, banque et assurance en ligne...etc.
- Dans certains secteurs les TIC ne sont pas seulement une panoplie d'outils de changement elles constituent le support même de l'activité.
- la technologie peut aussi jouer un rôle de traducteur, c'est à- dire matérialiser une stratégie de réorganisation abstraite.

- Les progiciels de gestion intégrée (ERP ou Entreprise Ressource Planning) jouent ce rôle : ils traduisent en procédures de travail et en applications informatiques une stratégie de rationalisation de la gestion comptable, logistique et administrative d'une entreprise.
- Dans ce cas de figure, la technologie « incarne » une stratégie, souvent trop complexe pour être perçue comme telle. C'est d'ailleurs ce qui explique que les réactions des employés peuvent se focaliser sur la technologie, faute d'avoir toutes les clés pour percevoir les enjeux sous-jacents.

## **2.2. Les enjeux des TIC dans l'entreprise**

La mise en place d'un projet TIC s'avère plus nécessaire, les enjeux sont encore plus important pour l'entreprise car il faut identifier les moyens d'actions à mettre en œuvre et les projets, quand on sait que tout l'aspect de 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.

Ces importants enjeux sont les suivants:

- La baisse des prix et l'augmentation des puissances des matériels ;
- l'apparition des TIC élargissant le champ d'action ;
- Les progiciels qui diminuent les coûts et augmentent les performances mais nécessitent plus d'adaptation de l'organisation et des méthodes, contrairement aux logiciels qui sont produits sur mesure ;
- C'est un facteur critique de réussite ;
- La gestion de très grandes quantités de données ;
- La sécurité et la confidentialité des données ;
- La multiplication des services publics et privés (messagerie, Internet, intranet...) ;
- la source de coûts élevés donc un facteur de compétitivité ;
- un élément essentiel de la qualité du produit et, par suite, de la satisfaction des clients;

- une des premières applications de toute évolution en matière des systèmes informatiques et, en conséquence, une pièce maîtresse en matière d'organisation de l'entreprise ;
- un moyen permettant de capitaliser les connaissances.<sup>17</sup>

## **2.3. Les effets des TIC sur l'économie**

### **2.3.1. Les effets multiplicateurs**

Les outputs du secteur des TIC sont acquis par les entreprises comme des biens d'investissements et/ou comme des biens de consommation intermédiaire, mais également, comme biens de consommation finale par les ménages. La forte croissance des équipements de la part des entreprises et des consommateurs en biens dérivés des TIC s'est traduite par une augmentation de la croissance économique globale.<sup>18</sup>

### **2.3.2. L'effet déflateur**

Le second effet concerne l'impact de la baisse des prix propre aux TIC en général, et des prix des ordinateurs en particulier, sur le reste de l'économie. En effet, la baisse continue des prix dans le secteur des TIC, la baisse des prix des microprocesseurs est la plus importante, elle a conduit les entreprises à accroître considérablement leur investissement en ce domaine.

Ces baisses de prix de composants se répercutent sur l'accroissement des capacités des produits finis. La baisse continue des prix dans le secteur des TIC est allée de paire avec l'accroissement considérable de l'investissement des entreprises en TIC.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> Michel VOILE, « économie des nouvelles technologies : internet, télécommunication, informatique, audiovisuel, transport aérien, « paris », *Economica*, 1999.

Sous la direction de : M. S. Boudjbour, page 153-154.

<sup>17</sup> Adel BEN YUCEF, TIC et croissance économique : la diversité des facteurs numériques, Enseignements tirés des pays du sud et de l'est de la méditerranée, Université Paris sud, 2004, P 10.

<sup>18</sup> Adel BEN YUCEF, Op.cit, P 11.

### **2.3.3. L'effet de substitution du capital au travail**

Ce dernier désigne l'augmentation relative de la part du capital comparativement au travail dans l'usage des inputs, où les TIC sont envisagés comme des technologies biaisées. Elles conduisent à favoriser le capital par rapport au travail et le travail qualifié par rapport au travail non qualifié.

Il concerne les effets de substitution entre capital et travail suite à un investissement en TIC. Le faible niveau des investissements en TIC réalisés dans les différents secteurs de l'économie ne permet pas la manifestation de tels effets de manière sensible, notamment en présence d'un chômage important.

### **2.3.4. L'effet qualité**

Les technologies de l'information peuvent être associées à des augmentations touchant les composantes intangibles des outputs notamment la variété des biens et services. Elles augmenteraient la qualité et favoriseraient la différenciation des produits.

Ces bénéfices permettraient d'améliorer l'effet d'utilité pour les consommateurs sans pour autant modifier ni le prix ni la quantité de produits incorporant des TIC.

Ces bénéfices permettraient d'améliorer l'effet d'utilité pour les consommateurs sans pour autant modifier ni le prix ni la quantité de produits incorporant des TIC.

Toutefois, l'effet qualité reste dépendant de l'état de la diffusion et de l'équipement en TIC des secteurs. En investissant dans les technologies de l'information et de la communication cela peut conduire les entreprises ou les administrations à améliorer leur mode de transactions en termes de facilité, de disponibilité, de gain de temps...etc. De manière simultanée, on constate que les TIC créent de nouveaux besoins et donc de nouvelles opportunités d'affaires.

### **2.3.5. L'effet productivité globale des facteurs**

De nature générique, les externalités liées aux TIC se sont largement diffusées dans l'ensemble de l'économie. Cette diffusion permettrait ainsi d'accroître l'efficacité productive et le rythme du progrès technique.

Cet effet participe au rôle des TIC dans une modification substantiel du progrès technique et d'innovation dans l'ensemble des secteurs.

### **2.3.6. L'effet synthétique des externalités technologiques**

Les effets de spillovers désignent l'ensemble des effets d'entraînement induit par les innovations TIC sur le reste de l'économie. La complicité des interactions entre les secteurs des TIC et les secteurs économiques (santé, aéronautique, automobile, banque, habitat, environnement...etc.), ont pour effet de nombreuses innovations incrémentales et radicales.

L'amélioration des performances liée aux ordinateurs et aux TIC globalement a permis, la révolution biotechnologique, le couplage entre comptabilité générale et comptabilité analytique, le traitement en temps réel des carnets de commande et plus généralement les mutations des systèmes d'information<sup>20</sup>.

## **2.4. Avantages et inconvénients des TIC dans l'entreprise**

### **2.4.1. Les avantage**

L'investissement dans les TIC serait l'un des principaux moteurs de compétitivité des entreprises.

#### **2.4.1.1. Sur le plan du système d'information**

- Meilleure connaissance de l'environnement, réactivité plus forte face à cet environnement ;
- Amélioration de l'efficacité de la prise de décision permise par une veille stratégique plus performante.

**2.4.1.2. Sur le plan organisationnel :** fonctionnement et organisation de l'entreprise  
gestion des ressources humaines:

- Organisation moins hiérarchisée, partage d'information ;
- Meilleure gestion des ressources humaines (recrutement, gestion des carrières plus facile).

---

<sup>19</sup> Adel BEN YUCEF, OP.cit, P 13-14.

### **2.4.1.3. Sur le plan commercial**

- Baisse des couts et d'approvisionnement ;
- Développement des innovations en matière de service et réponse aux besoins des consommateurs ;
- Plus grande diffusion de l'image de marque de l'entreprise (entreprise innovante) ;
- Meilleure connaissance de la clientèle (gestion d'adresses).

### **2.4.1.4. Sur le plan professionnel :**

- Création de nouveaux emplois (entreprise et main-d'œuvre).

### **2.4.2. Les inconvénients**

- Problèmes de stress lié à l'utilisation des TIC provenant souvent d'un manque de cohérence dans la conception de ces systèmes complexes ;
- Coût et frais du matériel, du logiciel, l'entretien et de la maintenance et du renouvellement ;
- Il est fréquent de voir apparaître un suréquipement par rapport aux besoins, et donc une sous utilisation des logiciels ;
- Coût de la formation professionnelle du personnel, de sa résistance aux changements ;
- Coût entraîné par la modification des structures, par la réorganisation du travail, par la surabondance des informations ;
- Rentabilité difficilement quantifiable ou difficilement prévisible sur les nouveaux produits.
- Des problèmes se posent aussi en termes de sécurité et d'éthique aggravés par l'internalisation des réglementations : chantage, escroqueries...etc.
- Face à certains publics vulnérables notamment (enfants, personnes âgées).
- Les technologies de l'information et de la communication sont la source de plusieurs failles en matière de sécurité notamment en ce qui concerne le domaine de la vie privée.



## **Conclusion**

Les TIC émergent la redistribution des missions (décentralisation, délocalisation) hors frontières de l'organisation. Elles contribuent à l'amélioration de la performance des ressources humaines de l'entreprise et l'efficacité des ressources humaines dans ses prestations aux structures quotidiennes. Les TIC permettent en effet un meilleur accès aux informations de tout ordre pour l'ensemble du personnel de l'entreprise, et facilite le partage de ces informations, pour une plus grande performance de l'organisation. Grâce donc aux possibilités technologiques offertes par les TIC, De plus, la capacité offerte par les TIC à des bases de données alimentées par tous développe un sentiment d'appartenance à l'entreprise plus fort, et une grande solidarité entre les hommes, ce qui facilite le fonctionnement des groupes de travail, grâce à un mode d'organisation transversale qui rapprochent les différentes fonctions de l'entreprise.

# ***Chapitre II***

## **Introduction**

Les technologies de l'information et de la communication offrent de diverses applications qui sont considérées comme une nouvelle culture de partage d'informations, de communication et de coordination des activités entre individus et différentes fonctions de l'organisation. A ce titre, elles sont devenues sensibles au sein de l'entreprise, ou apparaissent des nombreuses innovations.

## **Section 01 : L'information et la communication dans l'entreprise**

### **1.1. L'information dans l'entreprise**

Aujourd'hui, l'information est accessible et disponible dans toutes les entreprises et elle ne cesse d'augmenter de plus en plus vite. Une entreprise ne peut survivre que si elle dispose d'un ensemble d'informations suffisantes (informations disponibles, pertinente, fiable, précise et récente).

L'information est une donnée transformée et structurée sous une forme conventionnelle et intelligible pour être insérée dans une dynamique de diffusion et/ou d'échange (pour être communiquée). L'information dans l'entreprise permet de faciliter la prise de décision (diminue le risque et l'incertitude), elle est considérée comme instrument de liaison avec l'environnement (communication avec les clients, fournisseurs...etc.) elle a également un facteur de motivation des salariés et même un facteur d'efficacité avec le quotidien de l'entreprise.<sup>1</sup> L'information a des rôles fondamentaux :

- Un rôle technique lié à la gestion de l'entreprise : l'information permet la prise de décision la plus adaptée, fait le lien entre l'entreprise et son environnement et coordonne et améliore l'efficacité de ses activités
- Un rôle de motivation du personnel de par l'aspect psychologique de l'information (une bonne information peut engendrer de la satisfaction pour une équipe et souder les membres de l'entreprise autour de son projet).

---

<sup>1</sup> DEMON-LUGOL Liliane et autres, communication des entreprises stratégie et pratique, 2<sup>ème</sup> Edition, Armon Colin, paris, p 95.

- Un rôle social du fait de l'importance du dialogue social entre l'entreprise et les représentants du personnel (facteur d'efficacité interne. Importance aussi de suivre les évolutions législatives sur le travail)

L'information est un renseignement

- améliore le degré de connaissance du phénomène étudié.
- permet de prendre des décisions efficaces.

Support de processus de gestion

- Traitement des commandes, tenues d'une comptabilité, programmation d'une action, nécessitent que l'on dispose d'informations.
- Enorme évolution dans ce domaine avec les technologies informatiques, les réseaux.

Instrument de communication

- L'échange d'informations est nécessaire pour la réalisation de nombreuses activités.
- La technologie a également beaucoup fait évoluer cet aspect.
- Penser - aux bases de données
- aux systèmes de messagerie et courrier électronique
- aux réseaux (Internet bien sûr, mais aussi les intranets d'entreprise, ...).

- Support de connaissance individuelle : la capacité cognitive des organisations est aussi celle des individus qui en font partie.

- Instrument de liaison avec l'environnement : Sur ce plan, on ne peut nier l'intérêt de l'information. De même une information de qualité aura un effet positif sur le climat social au sein des organisations.

- L'information est facteur de motivation, d'intérêt, de cohésion sociale.

### **1.1.1. Les sources de l'information**

Pour qu'une entreprise puisse atteindre ses objectifs aux moments opportuns, elle doit prendre des décisions adéquates à partir des informations sûres qu'elle doit chercher là où elles existent, à l'intérieur ou à l'extérieur de l'entreprise.

### **1.1.1.1. Les sources internes de l'information**

Pour être informé l'entreprise doit développer un bon système d'information interne, qui consiste à fournir aux membres de l'organisation une représentation de l'état et du fonctionnement de l'entreprise.

Face à son environnement, le système d'information interne de l'entreprise doit être flexible de façon à permettre à l'entreprise d'acquérir ou créer l'information, la traiter, la mémoriser, la stocker et la communiquer.

Dans l'entreprise, les informations sont repérées et examinées avec chacun des services qui les produisent (service commercial, service publicité, l'administration, bureau d'études, et direction générale).

Les sources internes sont composées des fichiers propres à l'entreprise la renseignant sur l'activité de ses différents services et des statistiques qu'elle a pu faire pour analyser les fluctuations d'une période à l'autre. (Sur les ventes, sur les accidents du travail, ...)

Les sources internes de l'information sont :

- Les documents internes : tableaux de bord, documents de gestion, guides de procédure interne, compte rendu de réunion, de visites, études marketing, rapports du service après-vente, rapports d'étonnement, les bilans et pièces comptables ...
- Les fichiers : clients, fournisseurs, prospects ...
- Le traitement des demandes externes : courriers et courriels reçus, CV transmis...etc.
- Les personnels : commerciaux, acheteurs, responsable développement, production...etc.

### **1.1.1.2. Les sources externes de l'information**

les sources externes sont composées des renseignements et données provenant des partenaires de l'entreprise, des institutions nationales et internationales ainsi que des professionnels de l'information à qui elle a pu en acheter. Il s'agit de l'ensemble des informations que le manager doit chercher dans un environnement externe à l'entreprise et chez les différents partenaires afin de l'aider à optimiser ses choix stratégiques.

C'est ainsi que nous distinguerons trois groupes de fournisseurs d'information externes pour l'entreprise :

-Premièrement, ceux pour lesquels l'entreprise exerce son activité : il s'agit essentiellement des clients et des sous-traitants etc.

-Deuxièmement, les groupes avec lesquels l'entreprise se trouve en relation du fait de sa nature et de ses activités.

C'est un ensemble d'organismes qui se trouvent dans les champs d'action de l'entreprise et avec lesquels cette dernière entretient des relations régulières (exemple : les centres de formation continue et les organismes professionnels tel que les fédérations, chambres de commerce de l'industrie et des services etc.).

-Troisièmement, les consultants et les experts : se sont ceux auprès desquels l'entreprise cherche l'information dans le cas où cette dernière n'est pas disponible au sein de son système d'information interne ou auprès des deux sources citées ci-dessus.

On peut distinguer aussi d'autres sources d'informations externes qui permettent d'alimenter l'organisation de l'information nécessaire :

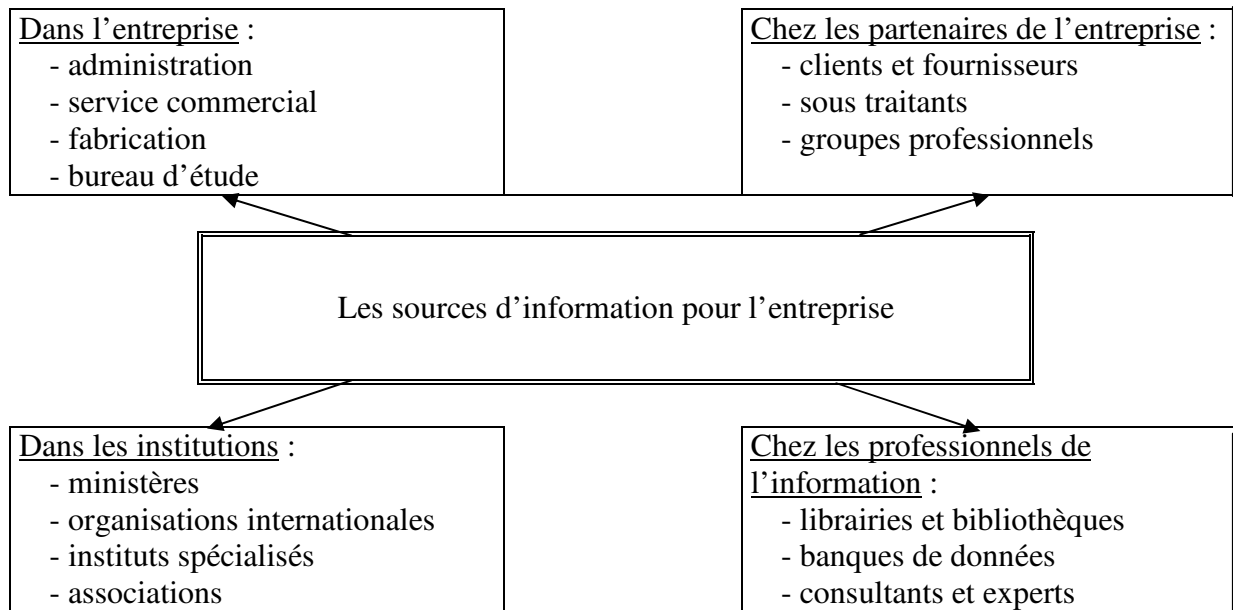
-Les centres de documentations et d'information qui ont pour but d'informer et de faciliter l'accès aux informations.

-Bibliothèques spécialisées : se sont des organismes dont la mission est de regrouper et gérer les documents susceptibles d'informer sur tel ou tel secteur ou branche d'activité.

-Les banques de données : c'est un ensemble de bases de données réparties, regroupant des informations spécifiques à un centre d'intérêt particulier (par exemple : recherche nucléaire, génétique, informatique, etc.)<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Mourad KASBANE, L'écoute prospective de l'environnement, 2007, p7. PDF.

**Figure 01** : Les sources internes et externes d'information

**Source:** ECONOMIE D'ENTREPRISE - BTS IG 1ère année, PDF, p2.

### 1.1.2. Diffusion de l'information

La diffusion est le pendant du Recueil de Données. Il s'agit de présenter l'information aux différents types d'utilisateur : grand public (usager, voyageur, internaute selon les cas de figure), mais aussi utilisateurs professionnels (conducteurs, agents d'exploitation, etc.).

La rapidité et l'efficacité de la diffusion de l'information offerte par les TIC ont conduit à L'accroissement de la rapidité de circulation des informations qui apparaît souvent pour les entreprises comme une promesse d'augmentation de leurs profits. Le simple fait de posséder des outils technologiques de communication semble considéré par de nombreuses entreprises comme un gage de réussite...etc.

**1.1.2.1. Les opérations nécessaires pour la diffusion :** La préparation des différentes modalités de diffusion nécessite les opérations suivantes :

**1.1.2.2. Le traitement des documents :** Il consiste dans un premier temps, à les enregistrer ensuite, à faire un catalogue c'est à dire représenter les documents existants dans une fiche, qui permet de faciliter la recherche des documents voulus et d'y passer le moins de temps, et en dernier lieu la procédure de rangement qui consiste à son tour de choisir un mode, un lieu et un matériel de rangement, qui permettent de réduire au maximum le temps nécessaire aussi bien à ranger qu'à rechercher.

**1.1.2.3. Traitement des informations :** Il nécessite une méthode d'indexation, (qui est une opération de codage des informations à repérer en vue de pouvoir les retrouver ultérieurement), et d'analyse, (qui consiste à résumer des informations contenues dans un document et susceptibles de répondre aux besoins d'information de l'entreprise).

**1.1.2.4. Regroupement des informations et des données :**

C'est un travail qui nécessite un peu de temps, car il permet de savoir où se trouvent les données, de comprendre leur signification et d'être capable de les organiser en vue de leur utilisation<sup>3</sup>.

**1.2. La communication dans l'entreprise**

Selon DETERIE Philippe : « la communication est un ensemble des principes d'action et de pratique visant à donner des sens, pour favoriser l'appropriation à donner de l'âme, pour favoriser la cohésion et inciter chacun à mieux communiquer pour favoriser le travail »<sup>4</sup>.

Pour Taylor : « l'univers de l'organisation est divisé en exécutants et en concepteur, entre les deux pôles (exécutants, concepteurs), la communication se réduit aux documents d'information, écrit par les seuls concepteurs ou dirigeants.

---

<sup>3</sup> Mourad KASBANE, L'écoute prospective de l'environnement, 2007, p11, PDF

<sup>4</sup> DETERIE Philippe et BOYER Catherine, la communication interne au service de management, 2<sup>ème</sup> édition liaisons, 2001, P 42.



Or la seule occasion réelle de communication entre opérateurs et concepteurs vient, soit des difficultés à appliquer les normes imposées, soit des dérapages observés par les organismes de contrôle »<sup>5</sup>.

### **1.2.1. Les types de communication**

Dans l'entreprise la communication est classée selon les relations qu'elle entretient, Ainsi on distingue :

#### **1.2.1.1. La communication interne**

On ne peut bien faire travailler des employés, les mobiliser que si ils ont conscience de ce à quoi sert leurs travail, si ils connaissent et acceptent les finalités, les objectifs de l'entreprise. Aujourd'hui les salariés ont besoin d'être informés sur l'état de santé de l'entreprise, ses succès, mais également ses échecs. Le but de la communication interne est donc d'informer pour motiver et impliquer le personnel dans la vie de l'entreprise, résoudre ou atténuer les difficultés d'ordre organisationnel social ou de management<sup>6</sup>.

« La communication interne est l'ensemble des actes de communication qui se produisent à l'intérieur de l'entreprise à destination des salariés »<sup>7</sup>.

La communication interne pratique un ensemble de principes et d'actions comme : exposer des résultats, transmettre des informations, expliquer une nouvelle orientation, motiver les collaborateurs, rassembler les acteurs autour d'un projet d'entreprise dans le but de :

- Donner du sens pour favoriser l'appropriation.
- Donner une âme pour favoriser la cohésion.

---

<sup>5</sup> NGUYEN-THANH Fannelly, *la communication une stratégie au service de l'entreprise*, édition, Economica, Paris, 1991, P 17.

<sup>6</sup> Nathalie ALDOSA et Cie, *information, communication, organisation*, Edition Bréal 143 ALD, France, France, 2012, P53.

<sup>7</sup> Thierry Libaert, M. H. Westphalien, *Communicator*, PDF.

- Inciter chacun à mieux communiquer pour favoriser le travail en commun. »<sup>8</sup>.

Ainsi, une stratégie de communication interne permet de rapprocher dirigeants et salariés pour une meilleure écoute bilatérale et de répondre aux attentes des collaborateurs en matière d'information.

### **1.2.1.2. La communication externe**

La communication externe est l'ensemble des actions mis en place pour ses publics extérieurs (consommateurs et acheteurs, journalistes, associations de défense des consommateurs, distributeurs, clients, fournisseurs, milieux bancaires et financiers, actionnaires, pouvoirs publics...).

Pour l'entreprise, la stratégie de la communication externe est primordiale elle permet essentiellement de se faire connaître, de se constituer une identité forte, associer le nom de l'organisation à des valeurs fortes, une image claire, exprimer son positionnement stratégique par rapport à un environnement spécifique, faire valoir ses atouts et son expertise dans des champs e compétence spécifiques et de se différencier de la concurrence.

Il est essentiel qu'une organisation puisse offrir d'elle une image positive basée sur l'expérience, la compétence et l'innovation<sup>9</sup>.

Les publics visés par la communication externe sont en général :

- les consommateurs (clients et prospects) ;
- les décideurs ;
- les partenaires ;
- les fournisseurs ;
- les investisseurs potentiels ;
- l'environnement local ;
- la presse.

---

<sup>8</sup> Philippe Détire, C. Mes lin, La communication interne au sein du service management, Broyez (2001).

<sup>9</sup> Disponible sur : <http://www.wel-grounded.org/fr/node/53,consultele>, Consulté le 30/03/2017 à 15h46.

La stratégie de communication externe repose sur des points primordiaux :

- L'analyse de sa situation et l'établissement d'un diagnostic, afin de mettre en avant les forces et les faiblesses de l'entreprise ;
- Choisir un positionnement afin de sortir l'entreprise du lot face à un monde de plus en plus concurrentiel ;
- Déterminer ses objectifs afin d'orienter la stratégie d'entreprise et de déterminer les moyens de communication les plus appropriés. Les objectifs peuvent être de notoriété, de comportement ou d'image ;
- Déterminer ses cibles ;
- Définir un message qui doit être en accord avec les cibles et les objectifs ;
- Choisir des moyens de communications qui vont dépendre des messages, des cibles, des objectifs.

### **1.2.2. Les objectifs de la communication**

La communication participe à la construction d'une image unifier et positive de l'entreprise, l'image que le salarié a de son entreprise, des qualités requises pour y réussir et de son fonctionnement globale, conditionne en grande partie la motivation et l'implication de chacun.

L'objectif de la communication consiste à gérer de manière optimale le couple demande/offre d'informations dans l'entreprise, en effet les messages qu'elle fournit doivent être reçus compris pour cela ils doivent passer :

- **Au service du projet d'entreprise :** La communication accompagne le socioéconomique de l'entreprise dont présente les objectifs et les modalités. La communication dans l'entreprise repose sur des projets concrets découlant d'objectifs réels.
- **Accompagner le management :** L'imbrication de la communication et de management résulte de la pratique quotidienne des relations organisées aux différents niveaux hiérarchique entre les différentes équipes de travail. Les organisations modernes sont irriguées par la communication :

- multiplication des échanges, réunion de travail collectif et communication inter métiers. Information et communication sont aujourd'hui des compétences exigées de tout cadre quelque soit son métier ou son secteur d'activité.<sup>10</sup>

La communication sert également à :

- Faire connaître la richesse de ses champs de compétences, de ses offres;
- Faire connaître ses atouts spécifiques pour se différencier ;
- Améliorer la notoriété de l'organisation et de ses actions ;
- Etendre et consolider la liste des partenaires extérieurs fiables et fiels ;
- Rassurer l'environnement sur les actions menées par l'organisation : partenaire techniques, partenaires financiers, bénéficiaires finaux, groupes cibles ;
- Renforcer les relations avec les réseaux ou la plateforme d'organisations en vue d'améliorer certains aspects préalablement identifiés (Exemple : l'accès à l'information pertinente) ;
- Mettre en cohérence les messages véhiculés, l'image de l'organisation et les attentes de ses groupes cibles ;
- Sensibiliser le personnel aux objectifs de l'entreprise, et ce par divers outils, renions sur des programmes de formation ;
- Aider la hiérarchie à faire descendre et remonter l'information qui joue un rôle fondamentalement dans l'évitement de la circulation des rumeurs ;
- Faire connaître les différentes facettes de l'entreprise (projet, réorganisation interne, l'audit de communication) pour avoir une bonne perception de l'image d'entreprise en externe ;
- Construire un esprit d'équipe et renforcer l'adhésion du personnel dans le but d'impliquer les personnel à son organisation.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Nathalie ALDOSA et Cie, Op.cit., p 53.

<sup>11</sup> <http://www.wel-grounded.org/fr/node/53>.

### 1.3. La relation entre l'information et la communication

Beaucoup confondent les notions d'information et de communication, les assimilent ou ne font pas la distinction. Alors que l'information est le contenu du message, la communication est le processus qui permet de mettre en forme et de diffuser ce contenu. L'**information** (du latin informare, mettre en forme) est un concept qui désigne un message, son contenu et les symboles utiles pour l'écrire. Elle repose sur des codes (alphabet, pictogrammes, chiffres...) et un champ sémantique commun pour être appréhendé. La **communication** (du latin communicare, mettre en commun) est l'action d'établir une relation avec d'autres personnes ou groupes de personnes, de leur transmettre quelque chose et de mettre en place un moyen, des techniques, pour transmettre ces choses. Elle repose également sur des codes précis, communs entre le communicateur et ses publics. La communication est un art de formater et de véhiculer une information.

**Tableau N° :01** : la grille récapitulative types de mécanismes pour coordonner des activités qui peuvent être assistées et améliorées par l'utilisation des nouvelles technologies de l'information :

	S'informer	Communiquer
Groupe de travail	Le système d'information vu comme objet de collecte d'information : en utilisant les bases de données et les *services en ligne, la gestion électronique de documents (EDM) et les systèmes d'aide aux dirigeants (EIS) système se limite à organiser le processus de récolte et de diffusion d'information	Le système d'information vu comme un catalyseur des actions de communications : grâce au courrier électronique, les forums de discussion, les salles de réunion informatisée, la vidéoconférence et les agendas de groupe qui influencent la manière dont les gens communiquent, dont les équipes travaillent et finalement dont les organisations se comportent
Systèmes d'information inter organisationnels	Le système d'information est un outil de veille stratégique, technologique, commerciale, et managériale : il permet aux entreprises d'avoir une meilleure connaissance de leur environnement technologique et commercial. Elles peuvent ainsi découvrir des opportunités d'affaire de façon plus efficace. Elles peuvent ainsi bâtir une présence marketing sur ces réseaux, et ainsi être plus facilement accessibles à leurs clients, leurs fournisseurs et	Le système d'information vu comme un outil d'échanges électroniques en adoptant des techniques développés comme par exemple : l'EDI (electronic data interchange) qui améliore l'efficacité des transactions entre les entreprises. Ces technologies peuvent aussi être utilisées comme des leviers pour mettre en place des solutions originales de coopération pour obtenir des avantages concurrentiels évidents par la création des barrières à l'entrée.

	leurs autres partenaires.	
Orientation Client	Le système d'information vu comme outil de gestion de la relation client : par la recherche de l'information sur sa clientèle, l'entreprise parvient à la réduction de l'infidélité, la constitution de profils clients, le calcul de la valeur économique des clients, l'amélioration de la satisfaction des clients, l'amélioration de la qualité de la relation client, etc.	L'introduction des services en ligne, les réseaux télématiques comme l'Internet à son système d'information permet à l'entreprise de modifier la nature des échanges avec ses clients en vendant les produits ou services et en menant des transactions au travers des réseaux informatiques et des canaux de distribution électroniques.

**Source :** Abderezak Benhabib, revue économique de la faculté des sciences économiques et de gestion de l'Université Abou Bekr Belkaid - TLEMCEM - N° 01 Avril 2005.

## Section 02 : L'impact des TIC

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication occupent une place croissante au sein de notre société. En effet les TIC sont omniprésents. Leur influence qui ne fait que croître s'applique dans plusieurs domaines. Au niveau social, culturel et économique ou elles occupent une place importante grâce à différentes applications dans l'organisation du travail.

### 2.1. L'impact des TIC sur la performance des entreprises

« Les performances des TIC dans les entreprises ne sont pas simplement liées à leurs performances intrinsèques. Le degré d'intégration et d'utilisation de ces technologies dépendent pour une large part des conditions dans lesquelles elles sont mises en œuvre et accompagnées. Les TIC participent aux nouveaux modes d'organisation des firmes comme des outils à mobiliser et non comme des éléments structurants prédéfinis. Ce ne sont pas les technologies en soi qui sont opérantes, mais la façon dont les entreprises saisissent l'opportunité de leur adoption pour se transformer, se restructurer, redéfinir leur potentiel stratégique et leur métier, en remettant en cause leur fonctionnement précédent. Pour être effectives, les relations entre les nouvelles formes d'organisation des firmes et les technologies de l'information ne se réduisent donc pas à des relations de causalité:

les deux registres interagissent en permanence. Le poids important des conditions de mise en œuvre sur les performances et les effets des technologies explique la grande variabilité des développements et des utilisations de ces technologies dans les entreprises. La recherche de régularités s'avère tout particulièrement difficile et on pourrait d'ailleurs avancer que ce sont souvent les conditions même de la mise en œuvre qui constituent le facteur de régularité le plus marqué. Ne serait-ce que parce que le déploiement des TIC est fortement influencé par les recommandations de consultants et de fournisseurs qui contribuent à reproduire, d'une entreprise à l'organisation de la production et de la décision face aux TIC l'autre, des applications et des modes d'organisations semblables. Cette constatation n'est en rien spécifique de la situation française. Différents auteurs sont déjà notés des résultats du même ordre. Ainsi, les différentes contributions réunies par Scott Morton (1991) soulignent toute l'importance de ces conditions de mises en œuvre et relèvent que la diffusion des équipements et des services de TIC varie considérablement selon les firmes, les secteurs industriels et les pays. Ciborra (1996) note également que les systèmes d'information qui ont du succès ne naissent pas d'une démarche stratégique rationnelle et planifiée, comme le laisse entendre la littérature, mais d'un processus d'innovation à l'intérieur de l'entreprise, porté par des acteurs puis repris par les directions générales ».<sup>12</sup>

## **2.2. L'impact des TIC sur l'économie :**

Les TIC occupent une place importante dans l'économie actuelle et contribuent à la croissance économique. La diffusion massive et rapide des technologies numérique a révolutionné les systèmes de production et les comportements de consommation des économies développées, et elle a aussi profité aux pays en développement. « Les TIC sont essentielles dans les pays en développement, pour permettre à tout un chacun de participer pleinement à l'économie du savoir du XXI<sup>e</sup> siècle. Nous avons constaté des incidences concrètes sur des services tels que la santé et l'éducation sur des marchés où les TIC enregistrent une forte croissance. » Affirme le Dr Hamadoun Touré, Secrétaire général de l'UIT (Union Internationale des Télé- communications).

---

<sup>12</sup> Benghozi Pierre-jean et Patrick, L'organisation de la production et de la décision face aux TIC brousse au-info, 1999, p 203, PDF.

Plus précisément, l'OCDE a indiqué que les Technologies contribuent à la croissance économique de trois manières : premièrement le secteur producteur des TIC eux-mêmes qui contribuent directement par le biais de leur production à la croissance globale, deuxièmement, par l'augmentation des investissements dans les TIC qui améliorent la qualité des équipements en TIC et qui font baisser leur prix et ainsi renforcent la production de tous les secteurs économique. Et enfin, la réduction des coûts des entreprises et l'amélioration de leur gestion par le biais de l'Internet et du commerce électronique. Grâce aux TIC les entreprises doublent leurs chiffres d'affaire et peuvent désormais redéfinir leur cible, prendre des décisions en fonction de l'attente des consommateurs, communiquer leurs informations par Internet, s'assurer du suivi des commandes et des livraisons à distance. Et surtout à travers la fonction marketing peuvent créer leurs images et des audiences.

Selon Patrick Artus : « On appelle nouvelle économie un ensemble d'évolutions et de mécanismes : apparition des nouvelles technologies de l'information et de la communication, de nouveaux biens et services liés à ces technologies, incorporation de ces nouvelles technologies dans les processus de production de l'ensemble des biens et services y compris de la "vieille économie", réorganisation des entreprises autour de formes plus flexibles, modification de la nature des rémunérations, hausse des bourses... »<sup>13</sup>.

### **2.3. L'impact des TIC sur les conditions de travail**

« Les effets des TIC produit sur les condition de travail peuvent être favorable ou négatif mais rarement neutres. Ils sont apparus au fil de la diffusion des nouvelles technologies dans les entreprises, on se cumulant des interrogations on pu se faire en dépit d'un regard globalement positif sur les TIC, il est nécessaire de donner à la relation entre l'homme et la technologie l'importance qui lui revient en suscitant et en éclairant le débat sur ce qu'il est possible et souhaitable dans un tel domaine »<sup>14</sup>.

---

<sup>13</sup> Patrick Artus, La nouvelle économie, Edition La Découverte 2002.pdf

<sup>14</sup> Tristan Klein, Daniel Ratier, L'impact des TIC sur les conditions de travail, centre d'analyse stratégique, direction générale du travail, France, Février 2012, p



L'introduction des TIC sur les entreprises conduit à s'interroger sur leurs possibles effets sur le travail et les conditions de sa réalisation. En effet il parvient plutôt de parler d'interaction entre les technologies et le travail. Les conséquences d'ordre plus "négatif", concernant les TIC et les conditions de travail :

- **Relation et décision dans le travail à distance**

Certaines personnes disent ne pas accorder la même valeur à leur engagement selon qu'il est donné à distance ou en face à face « tant cynisme » pourrait être une forme de « protection » de l'individu face à ce type de situation :

« Que je n'ai pas rencontré une personne avec laquelle je travaille à distance, je ne me sens pas engagé envers elle »<sup>15</sup>.

- **Les TIC bouleversent l'espace-temps du travail**

Entraînées par le mouvement de la mondialisation et le développement des réseaux de communication, les entreprises commerciales sont contraintes d'aller vers toujours plus de créativité et de flexibilité.

- **La formation aux TIC**

Dans la plupart des cas l'apprentissage de TIC s'effectue de manière informelle, les acteurs construisent leur réseau personnel d'apprentissage, réseau dont les frontières vont bien au-delà de l'entreprise. Ce réseau est d'autant plus riche que la personne évolue dans un milieu où les TIC sont déjà répandues, d'où le risque d'accentuer les clivages entre catégories sociales.

- **Un renforcement du contrôle de l'activité des salariés**

Les TIC peuvent entraîner une réduction de l'autonomie des employés dans la mesure où elles permettent de rationaliser le travail et d'avoir un meilleur suivi et une meilleure traçabilité du travail produit.

---

<sup>15</sup> Denis BERARD, Op.cit., p 11.

Des contrôles poussés et une politique de résultats trop forte peuvent réduire l'autonomie des salariés et entraîner un sentiment de déresponsabilisation.

- **Augmentation du rythme et de l'intensité du travail**

Les technologies de l'information et de la communication peuvent être une source de stress pour les salariés. Ces derniers sont dépendants des outils qu'ils utilisent mais sont également tributaires des incidents techniques liés aux TIC à l'image des coupures de réseaux, des pannes logicielles... Ces incidents sont susceptibles d'altérer le rythme de travail et d'entraîner du stress et de lourdes contraintes, a fortiori pour les personnes au contact des clients.

- **Un affaiblissement des relations humaines**

Ce phénomène n'est pas systématique et concerne essentiellement les structures employant un très grand nombre de salariés

- **Le brouillage entre espace privé et professionnel**

La facilité d'accès grandissante aux outils de travail, notamment à distance, a tendance à brouiller la frontière entre le monde du travail et la vie privée. Cela entraîne un risque d'augmentation du nombre d'heures travaillées...etc.

- **Un impact sur la santé des salariés**

En travaillant au contact des TIC, les salariés se retrouvent un peu exposés aux ondes magnétiques. Par ailleurs, l'activité sur écran entraîne souvent une fatigue visuelle.

- **Un affaiblissement des relations humaines**

Ce phénomène n'est pas systématique et concerne essentiellement les structures employant un très grand nombre de salariés.

#### **2.4. L'impact des TIC sur les ressources humaines**

L'impact humain est très important de la mise en place des TIC on considère qu'un manager doit participer au développement de l'entreprise. Deux dimensions qui s'introduisent dans le management qui relèvent d'une part le traitement de l'information et d'autre part la gestion de l'information Quant à la GRH dans les entreprises étudiées, le mouvement d'internationalisation a eu pour conséquences :

Les Ressources Humaines se sont appropriées, l'utilisation des TIC dans ces pratiques de GRH. De nouvelles opportunités managériales en GRH sont le produit de l'émergente récente de nombreuses applications des TIC dans les entreprises:

Le télétravail, le groupware, la messagerie électronique, l'Intranet, la Gestion Électronique des Documents (GED)... Le développement des Intranets et des formes conviviales de l'informatique permet, dès à présent, d'intégrer les acteurs aux différents processus de gestion de la fonction Ressources Humaines.

Ces solutions offrent un grand nombre de possibilités telles que : la gestion des temps, par la saisie en direct des données relatives de l'absence..., la décentralisation et l'externalisation de la saisie des informations, la gestion des activités nombreuses, le développement de la mobilité, la facilitation d'une communication directe et personnalisée.

Le travail de la fonction Ressources Humaines se trouve donc allégé d'une activité à très faible valeur ajoutée (la saisie), optimisé et rationalisé en ce qui concerne la qualité de l'information, facilité grâce à l'obtention d'une information en temps réel, fluidifié par la réduction des délais de transmission de l'information.<sup>16</sup>

## **Conclusion**

L'impact des technologies de l'information et de la communication (TIC) a fortement évolué. La diffusion des techniques informatiques a d'abord eu pour objet de rationaliser le fonctionnement des organisations, la gestion et le management. Désormais, la diffusion des TIC participe à l'élaboration et au déploiement des stratégies innovantes. Elles peuvent donner.

---

<sup>16</sup> Denis BERARD, *L'impact des TIC sur le travail et son organisation*, Bogen, Montréal, avril, 2002.

# ***Chapitre III***

## **Introduction**

Ce chapitre contient deux sections, la première aborde la présentation de l'organisme d'accueil à travers un petit historique, objectifs de l'entreprise, les activités et les missions des directions, dans la seconde section, nous allons arriver à confirmer ce que nous avons proposé dans les hypothèses et d'avoir des réponses sur la question du départ.

Pour réaliser cet objectif, nous avons choisit l'entreprise « Tchín-Lait » Candia, Bejaia comme terrain pour réaliser notre recherche.

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

### **1. Historique**

Tchin-tchin était, à l'origine, une entreprise familiale, spécialisée dans la production des boissons gazeuses depuis 1954. Elle a de ce fait, capitalisée une longue expérience dans le conditionnement des produits sous formes liquide <sup>1</sup>.

L'arrivée des grandes firmes multinationales sur le marché des boissons gazeuses l'a poussé à réviser sa stratégie, ont largement ; d'où l'idée de reconversion vers le lait UHT, qui à donné naissance à TCHIN-LAIT en 17 aout 1999.

Le lait en poudre Candia et surtout ses campagnes publicitaires, appréciées par la population algérienne, ont largement contribuées à la notoriété de la marque sur les territoires algériens durant les années 1990.

Plusieurs industriels algériens se sont spontanément adressés à Candia afin de se lancer sur le marché du lait .le projet de l'entreprise Tchín-Lait a retenu l'attention de Candia qui l'a choisie en 1990, une franchise Candia est née en Algérie.

Implantée sur l'ancien site de la limonadière « Tchín Tchín », à l'entrée de la ville de Bejaia, « Tchín Lait » produit et commercialise du lait longue conservation UHT (Ultra Haute Température) sous le label CANDIA.

---

<sup>1</sup> Document interne de l'entreprise (direction marketing et vente, Tchín-Lait, 2014.

« Tchîn Lait » est une société par action (SPA).

Elle est dotée d'un capital social de 497.000.000 DA (Dinars Algériens), détenu majoritairement par Mr .BERAKATI Fawzi.

### **1.1.1. Situation géographique**

L'unité de Tchîn-Lait se situe dans le tissu urbain de Béjaïa, à Bir SLAM au lieu et place de l'usine Tchîn-tchîn (limonadière) délocalisée vers la commune de Tala Hamza.

TCIN-LAIT est une laiterie totalement moderne, dotée d'un équipement de dernière technologie.

Sa réalisation est intervenue dans le cadre de l'APSI, (Décision n° 15 751 du 7/3/1999).

L'assiette de l'usine, bordée par deux voies principales d'accès s'étend sur une superficie de 4 500 M<sup>2</sup>.

### **1.1.2. Sa localisation géographique**

-A proximité de l'entrée de la ville de Bejaia ;

-Face à l'axe routier principal (Route nationale N° 12) ;

-A moins de 3 km du port et de l'aéroport international de Bejaia ;

-Lui confère une position stratégique de premier ordre dans ses relations commerciales et internationales.

Elle dispose depuis 2006, d'une infrastructure de distribution et de stockage de près de 3 000 M<sup>2</sup>, pour ses besoins de stockage des matières et produits finis, qu'elle a réalisée en autofinancement pour la majeure partie.

Un nouveau bâtiment administratif destiné à abriter les structures commerciales et marketing, Approvisionnements, Finances & Comptabilité, a également été édifié dans la même enceinte ; celui-ci a été réceptionné fin 2008.

Une extension de l'usine a été lancée en 2009, après obtention des permis de construire

un terrain mitoyen de 1500 M<sup>2</sup> acquis auprès des héritiers CHOULAK. Prévoyant une nouvelle bâtisse destinée à abriter les nouveaux équipements de production.

Dans le prolongement de l'extension des capacités de production, l'Entreprise a achevé en 2015, la réalisation d'une infrastructure de stockage de matières premières et emballages sur 4 niveaux, d'une surface totale de 7 900 M<sup>2</sup>, au lieu dit AMAADAN OUADDA, commune, de OUED GHIR.

Il est projeté également courant 2017 de réaliser au niveau du terrain mitoyen de l'ANNEXE, d'une superficie de 4 500 M<sup>2</sup> attribué en concession à l'Entreprise par les Domaines, un transstockeur d'une capacité de 18 000 palettes, soit l'équivalent de la production mensuelle actuelle de l'usine contre 3 jours actuellement, ainsi qu'une bache à eau, afin de pallier à l'insuffisance des capacités de stockage, et augmenter les réserves en eau destinées à l'alimentation de l'unité de production et du réseau anti incendie

## **1.2. L'organigramme de Tchir-Lait**

Tchir-lait Candia est une laiterie moderne, emploie 551 agents au 31/12/2016, répartis par catégories socioprofessionnelles comme suit<sup>2</sup> :

- Cadre : 53
- Agent de maîtrise : 221
- Exécution : 264 + 13 apprentis

L'ensemble des cadres et agents de maîtrise, a bénéficié d'une formation spécialisée sur site et d'un ou plusieurs stages au sein des usines Candia en France, dans les différents domaines suivants :

- Technologie du lait ;
- Processus de fabrication ;
- Maintenance des équipements ;

---

<sup>2</sup> Document interne de l'entreprise, Direction générale. (Tchir-Lait, 2014).

- Analyses de qualité.

Elle est divisée en sept sous-directions, selon l'organigramme de l'entreprise, qui jouent un rôle Primordial, que nous allons présenter comme suit :

### **1.2.1. Direction Générale**

Elle est chargée de :

- Assurer la bonne qualité de gestion de l'unité ;
- Appliquer rigoureusement les textes et circulaires ;
- Encadrer les différents services ;
- Définir la stratégie de l'entreprise ;
- Définir ses objectifs.

### **1.2.2 .Direction Approvisionnement et Stocks**

Cette direction assure les fonctions :

- D'approvisionnement : achat matières premières pour les besoins de fonctionnement (Achats locaux et achat étrangers) ;
- Gestion des stocks des matières premières.

### **1.2.3. Direction Ressources Humaines**

Cette direction elle est chargée de :

- Gestion du personnel ;
- Paie ;
- Social ;
- Contrôle et préservation de l'hygiène, de la propreté et de la sécurité dans l'enceinte de l'usine.



### **1.2.3. Direction de Production**

Elle est chargé de :

- Process : réception, reconstitution et traitement thermique du produit.
- Packaging : conditionnement des produits finis, sur emballage (fardelage et palettisation).

### **1.2.4. Direction Comptabilité et finance**

Elle est consacré comptabilités générale (bilan, journal, balance.....), a la comptabilité analytiques (court de revient, cout d'achat....) et au service finance.

### **1.2.5. Direction Maintenance**

-Entretien mécanique : électrique et électronique des machines de traitements et conditionnement du lait.

-Gestion des stocks pièces de rechange : entretien des utilités (chaudières, compresseurs bacs, à eau glacées, chambres)

### **1.2.6. Direction de Laboratoire**

Se consacre au contrôle de la qualité du produit à toutes les étapes de la production, de la Physico –chimie : contrôle des paramètres physico-chimique du produit (Taux de matière grasse acidité, PH .....

Microbiologie : contrôles de stérilité du produit.

### **1.2.7. Direction Ventes Marketing**

Elle est chargé de :

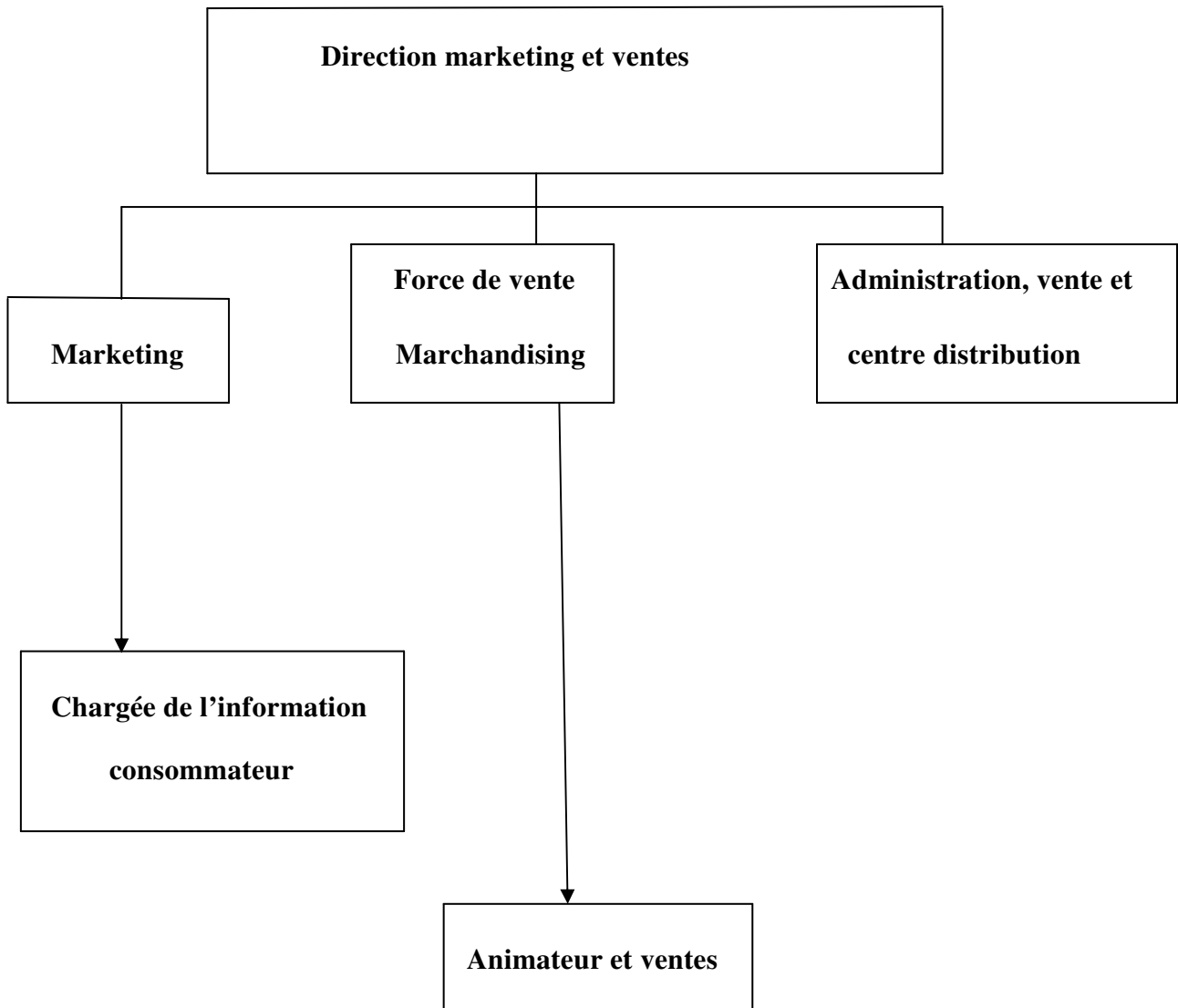
- Centre de Distribution (Bejaia) : Suivi des commandes clients et gestion des stocks produits finis ;

-Etudes de marché ;

-Lancement de nouveaux produits ;

-Publicité et communication.

**Figure N° 02:** La structure de la direction marketing et ventes



**Source :** La direction commerciale de l'entreprise « Candia ».2014.

### 1.3. Les objectifs de l'entreprise Tchén-Lait Candia

- Diversifier sa gamme de produit par l'innovateur permanente qui est un facteur clé pour toute survie de l'entreprise ;

- Etre toujours le leader national dans la production de lait UHT avec des parts de marché plus importantes<sup>3</sup>
- soigner l'image de marque par l'amélioration continue de la qualité de ses produits ;
- Exporter vers différents pays du monde, après la seule exportation vers Libye ;
- Réaliser un plus grand chiffre d'affaires, en réalisant des ventes beaucoup plus importantes ;
- Faire connaître le différent produit de sa gamme et leurs avantages, en ciblant différents membres de la famille ;
- Inciter les déposataires à acheter et vendre plus en met en place un système de ristourne sur les quantités vendues.

#### **1.4. L'activité de l'entreprise**

Le lait constitue l'un des produits de base de notre alimentation. Il apparaît comme un produit indispensable à la santé, source de vie et de croissance, possédant des vertus nutritionnelles spécifiques et très bénéfiques, en particulier sa teneur en calcium. Le marché du lait représente l'un des plus importants marchés de l'univers alimentaires. L'Algérie est l'un des plus grands importateurs mondiaux de laits.

##### **1.4.1. Investissements réalisés dans les activités principales de l'Entreprise**

Ils comprennent :

- Le bâtiment principal abritant la production, le laboratoire, les structures administratives ;
- L'annexe abritant les structures approvisionnements, ventes et marketing, finances et comptabilité, ainsi que les infrastructures de stockage et de distribution ;

---

<sup>3</sup> Le responsable des charges de formation et de la force de vente.

- Les utilités, (centrale de froid, compresseurs, chaudières, groupe électrogène, onduleurs),
- Quatre lignes de production totalement indépendantes,
- Une Infrastructure de stockage dotée d'un bloc administratif à OUED GHIR.

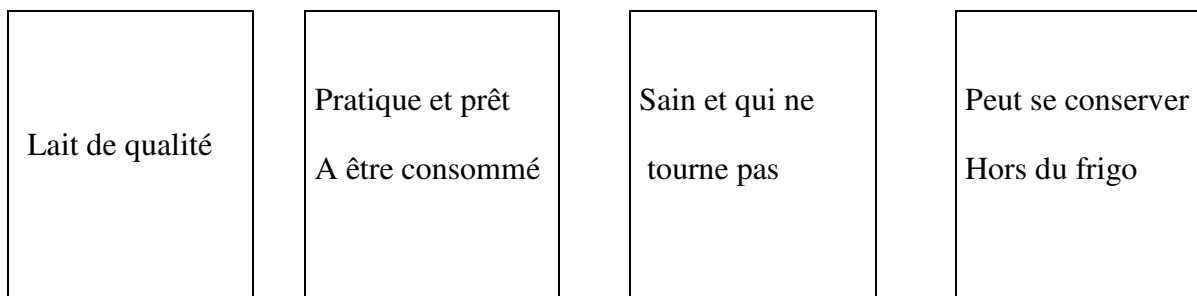
#### 1.4.2. Capacités de production

TCHIN LAIT est dotée d'une capacité totale de 650 000 litres/jour de lait UHT, tous produits confondus, dans différents conditionnements :

- Brik de 1 Litre
- Brik de ½ Litre
- Brik de 200 ml

#### 1.4.3. Le choix du procédé UHT (Lait traité Ultra Haute Température)

**Figure N°03** : Le choix du procédé UHT



**Source** : Service de distribution de l'entreprise (Candia), 2014.

Le procédé UHT est un traitement en douceur qui préserve les qualités organoleptiques et nutritionnelles du produit. Il représente le meilleur compromis entre les demandes de produits non modifiés par le traitement et une durée de vie plus longue.

Le lait UHT est obtenu après traitement à Ultra Haute Température; c'est un procédé qui consiste à chauffer le lait à 135 - 140° pendant deux à quatre secondes, ce qui permet de préserver les éléments essentiels du lait, et de lui conserver toute sa texture et le bon goût du naturel.

Il n'est pas utile de faire bouillir un lait stérilisé sous ultra haute température. Sa qualité nutritionnelle dépendra de la qualité d'origine, de son traitement et des conditions de conservation.

Le lait UHT apporte l'assurance d'un label de qualité : 25 tests de contrôle sont effectués quotidiennement de manière permanente et régulière durant le cycle de fabrication.

En plus de ces tests de qualité, il est consigné durant 72 heures avant sa commercialisation pour avoir la garantie d'un lait stérile.

Conditionné dans un emballage en briks, hermétique, multicouches et aseptisé, le lait UHT CANDIA offre également l'avantage :

- d'être pratique et hygiénique ;
- de pouvoir se conserver hors chaîne de froid, pendant 3 mois ;
- d'être prêt à la consommation, car ne nécessitant pas d'être bouilli.

Le rôle de l'emballage est la protection du produit contre la contamination microbienne (éliminer tout risque de développement microbologique) et la détérioration chimique (dégradation nutritionnelle, garder les caractéristiques de goût et de couleur).

### **1.4.3. La Gamme de produits**

L'ambition de TCHIN LAIT est de répondre à tous les goûts et besoins des consommateurs, en offrant «a chacun son lait».

Dans le contexte actuel la gamme des produits « CANDIA » se compose des variétés suivantes :

Les laits UHT non aromatisés

Ils sont fabriqués actuellement en quatre versions :

- **Partiellement écrémé**, pour la consommation courante, sous la dénomination « le Lait » ;

- Partiellement Ecrémé et enrichi avec 11 Vitamines, sous l'appellation « VIVA » ;
- **Ecrémé à 0 % de Matières Grasses**, et renforcé en vitamines, sous l'appellation « **Silhouette** » essentiellement destiné aux personnes soucieuses de leur ligne, et de leur santé – très indiqué pour les personnes souffrant d'excès de cholestérol ou de stress ;
- **Entier à 28 Gr de Matières grasses**, particulièrement recommandé pour les enfants.

Les laits UHT aromatisés, qui comprennent:

- **Lait chocolaté** sous la dénomination commerciale « **CANDY CHOCO** » qui se prend aussi bien frais que chaud, notamment au petit déjeuner.
- **Le Lait mélangé à du Jus**, déclinés en plusieurs parfums orange/ananas ; pêche/abricot ; ananas, mangue...etc. sous la marque « **TWIST** »
- **Les boissons fruitées à l'orange ou cocktail de fruits.**

#### 1.4.5. Commercialisation

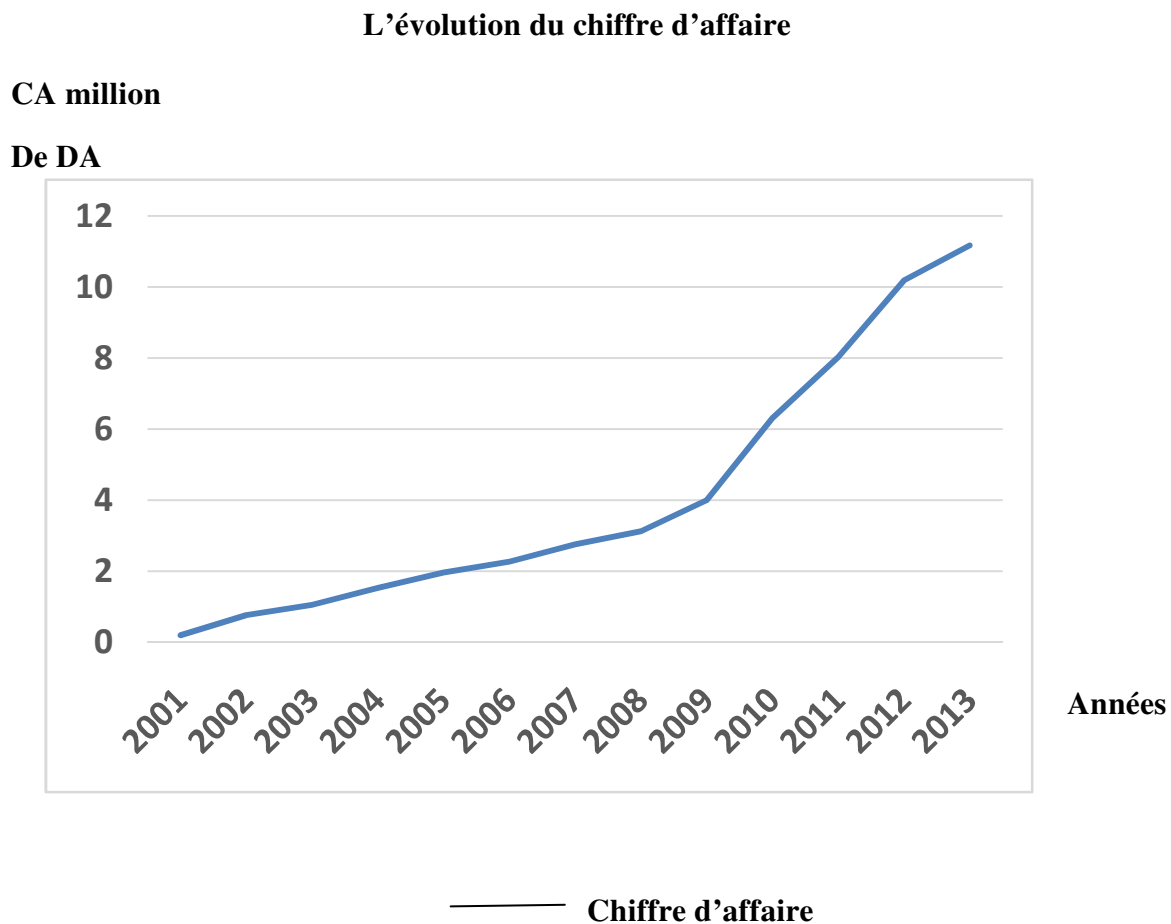
La commercialisation des produits CANDIA, s'étend à tout le territoire national. Les parts de marché de TCHIN LAIT, connaissent un développement croissant et son chiffre d'affaires progresse régulièrement, depuis son entrée en exploitation au mois de mai 2001, comme illustré ci-après :

**Tableau N°02** : Evolution du chiffre d'affaire (millions de DA)

Année	2002	2003	2005	2006	2008	2010	2011	2012	2013
<b>CA million De DA</b>	770	1053	1968	2274	3123	6307	8028	10189	11168

**Source** : Document interne de l'entreprise (Direction finance et comptabilité, 2014).

**Figure N°4 : L'évolution du chiffre d'affaire totale de l'entreprise**



**Source :** Conception personnelle selon les bases données de l'entreprise TchIn-Lait Candia.

### 1.5. Les chiffres d'affaires réalisées

**En 2001**, son chiffre d'affaire a atteint 195 millions de DA (période de mai décembre). Elle a produit près de 5000000 de litres de lait UHT, 650000 litres de L'ben et 400000 litres de raïb durant cette même période<sup>5</sup>.

**En 2002**, le chiffre d'affaire global s'élevait à 770 millions de DA, avec en plus, 13.4 millions de DA à l'exportation (Libye).durant cette même période, TCHIN-Lait à commercialisé 15.5 millions de litres de lait UHT, 2.4 millions de litres de L'ben, 2 millions de litres raïb et 48 000 litres de crème fraiche .CANDIA Fraicheur a été lancé au mois de décembre 2002 avec près de 46 000 litres vendus.

**En 2003**, TchIn-Lait a réalisé un chiffre d'affaire de 1053 milliards se DA, 21 millions de litres de lait partiellement écrémé ont été vendu durant cette période, 1 million de litres de lait

silhouette (lancé en janvier 2003) et 200000 litres de lait entier (lancé au mois de novembre 2003).

Tchin-Lait a produit et vendu 1.5 millions de litres de L'ben, 1,6 millions de litres de raïb, 2,7 millions de briques fraîcheur (tous parfums confondus et 9000 litres de crème fraîche).

**En 2004**, TCHIN-Lait a réalisé un chiffre d'affaires de 1.534 milliards de DA. 28 millions de litres de laits partiellement écrémé ont été vendu durant cette période, 1.2 millions de litres de lait silhouette, 2.5 millions de litres de lait Entier, 1.7 millions de litres de laits au chocolat « CANDY CHOCO » (lancé en juin 2004) et 827.000 litres de Lait-Jus « Orange-Ananas » et « Pêche-Abricot » (lancé en octobre 2004). TCHIN-Lait a produit et vendu 881.000 litres de L'ben, 1.5 millions de litres de raïb, 1.27 millions de briques Fraicheur 50cl et 168.000 briques de Fraicheur 11(lancé en mai 2004).

**En 2005**, TCHIN-Lait a réalisé un chiffre de 2.018 milliard de DA (HT).Le volume des ventes de lait demi-écrémé est de 38.03 millions de litres, de laits silhouettes 1.65 millions de litres, de lait Entier 3.94 millions de litres, de Candy-Choco 1.25 millions de litres, de lait-jus 2.42 millions de litres, de L'ben 224684 litres, raïb 589273 litres, de la fraîcheur 117888 litres, et de la crème 204 litres.

**En 2006**, TCHIN-Lait a réalisé un chiffre d'affaires de 2.274 milliards de DA(HT).

Le volume des ventes de lait demi-écrémé est de 41.72 millions de litres, de laits silhouette 1.975 millions de litres, de lait Entier 4.645 millions de litres, de lait-jus 939391 litres, Candy-Choco de 1.033 millions de litres, Candy-Choco 20cl de 2.21 millions, de lait jus 20cl 4.095 millions, lait fraise de 1.049 millions.

**En 2007**, TCHIN-Lait a réalisé un chiffre d'affaire de 2.754 milliard de DA. 41,89 millions de litres de lait partiellement écrémé ont été vendu durant cette période, 2,062 millions de litres de lait silhouette, 3,589 millions de litres de laits entier, 834 413 litres de lait VIVA(lancé en Aout 2007), 1,224 millions de litres de lait au chocolat « Candy Choco », dont 1 million format 1 litre et 224.000 litres en format 20cl, 599 905 litres de lait et « Jus Orange-Ananas », « Pêche-Abricot » et « Fruit des bois » dont 396 956 litres en format 1 litres et 202 950 litres en format 20 cl. Tchin-Lait a vendu de lait aromatisé à la fraise.

**En 2008**, TCHIN-Lait a arrêté la commercialisation du Lait&Jus « Fruit des aux Bois », aux formats 1 litre et 20cl.



Elle a aussi arrêté de commercialiser le lait aromatisé à la Fraise, Candy Fraise 20cl.

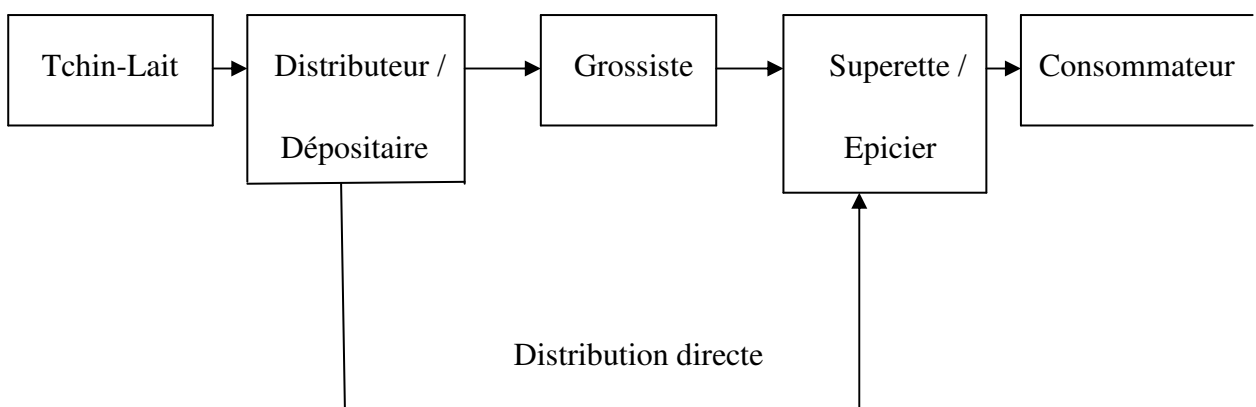
**En 2009**,TCHIN-Lait a réalisé d'affaires de 4milliards DA dont 45millions de litres de laits partiellement écrémé (en 1 litres) et2,3 millions d'unités lait UHT partiellement écrémé, au format 50cl ;5.3millions de litres de lait Entier ;3,5millions de litres de lait VIVA ;2,4 millions de litres de lait silhouette ;3,55 millions de litres de lait au chocolat « Candy Choco »,dont2,16 millions au format 1 litres et 1.4 millions de litres, au format 20cl ;1,15 millions de litres de Lait Jus « orange-Ananas », « Pêche-Abricot »,dont 924.000 en 1litre et231.000 litres en 20cl ;1,5 millions de litres de boisson Orange 20 cl ;Tchin-Lait a vendu 1.240 unités d'étuis poudre Instantané.

### 1.6. Les importations de TchIn-Lait

Pour des saisons qui tiennent aux avantages que confère le recours à la poudre de lait importée et les problèmes de la collecte de lait cru au niveau local, l'entreprise TchIn-Lait importe de la poudre de lait d'Europe (France, Allemagne, Belgique, Angleterre) mais aussi, si les cours sont intéressant, d'Australie la Nouvelle Zélande et de l'Afrique du sud. Pour le conditionnement de ses produits, l'entreprise importe de l'emballage Tetrapak et combi bloc de l'Allemagne.

#### 1.6.1. Réseaux de distribution

**Figure N° 05:** Les réseaux de distribution



**Source :** service de distribution de l'entreprise (Candia), 2014.

### 1.6.2. Les clients de Tchín-Lait

**Tableau N°03 :** Représentation de la répartition de 46 clients distributeur que dispose Tchín-Lait (Candia).

<b>Centre (12)</b>	<b>Est (12)</b>
Alger (5)	Batna (1)
Médéa (1)	Tébessa (1)
Boumerdes (1)	Jijel (1)
Tipaza (1)	Sétif (1)
Bejaia (2)	Annaba (1)
Blida (1)	Guelma (1)
Tizi-Ouzou (1)	Constantine (2)
	M'sila (1)
	Bordj Bou Arreridj (1)
	Khenchel (1)
	Mila (1)
<b>Ouest(10)</b>	<b>Sud (12)</b>
Oran (3)	Djelfa (1)
Telemcen (1)	El Oued (1)
Ain Timouchent (1)	Ghardaïa (1)
Mascara (1)	Laghouat (1)
Mostaganem (1)	Ouargla (2)
Chlef (1)	Biskra (1)
Tiaret (1)	Béchar (1)
Sidi-Bellabes (1)	Adrar (2)

**Source :** Document interne de l'entreprise (service de distribution, 2014).

### **1.7. L'utilisation des TIC dans l'entreprise Tchén-lait Candia**

Les TIC apportent une dimension "communication" au traitement de l'information, tout en s'affranchissant des frontières géographiques et temporelles dans l'entreprise Tchén-Lait Candia. Par rapport au téléphone ou au fax, qui eux aussi servent à transmettre et recevoir des informations, les TIC apportent une dimension nouvelle : les informations échangées (voix, données, images) restent disponibles pour les réutilisations ultérieures et peuvent être enrichies.

Les TIC ne contribuent pas en effet seulement à modifier les postes individuels de travail. Elles les modifient certes mais ce n'est pas leur caractéristique fondamentale. Celle-ci est de transformer les interactions entre les postes. La caractéristique des TIC est d'être des technologies de coordination et pas seulement des technologies d'automatisation de postes de travail.

L'utilisation des TIC est mise en œuvre entre les partenaires afin d'améliorer l'activité réalisée entre les entreprises partenaires (réduction des délais, réduction des coûts de production et de coordination, accroissement de la productivité, différenciation, etc.). Les processus ainsi médiatisés sont essentiellement concentrés sur la réalisation de l'activité économique actuelle et concernent par exemple :

Les tâches relatives aux achats et ventes, à la gestion de production, au suivi clientèle, etc.

Les TIC sont alors plus utilisés pour médiatiser des synergies cognitives entre les acteurs (via, par exemple, des systèmes de bases de connaissances partagées) que pour rationaliser des routines opérationnelles.

Pourtant l'usage des TIC est un avantage pour l'entreprise

Grâce aux technologies de plus en plus perfectionnées, l'entreprise améliore considérablement sa productivité globale, que je qualifie même d'hyper productivité. L'efficacité globale n'en est que nettement supérieure. A partir du moment où il y a un certain équilibre dans l'usage collectif ou individuel des technologies, l'impact ne peut être que positif. Malgré tout, la société est loin d'être dépassée par les nouvelles technologies.

L'utilisation fortement des TIC au sein de l'entreprise car le secteur fortement utilisateur de TIC est majoritairement composé d'activités de services.

Or, on sait mal mesurer la compétitivité de ces activités, particulièrement lorsque la qualité des services offerts est sensiblement modifiée.

### 1.7.1. Les différents TIC existants dans l'entreprise Tchou-Lait Candia

L'implantation des TIC sur l'entreprise de Tchou-Lait Candia est très large, Les cadres ont donné quelques exemples qu'ils ont comme suit :

- **Téléphone** : est un appareil de communication initialement conçu pour transmettre la voix humaine et permettre une conversation à distance, on trouve deux catégories de téléphone au sein de l'entreprise Tchou-Lait Candia : **le téléphone fixe et le téléphone mobile**.
- **L'internet** : Internet est un réseau informatique mondial constitué d'un ensemble de réseaux nationaux, régionaux et privés. L'ensemble utilise un même protocole de communication : TCP/IP, (Transmission Control Protocol / Internet Protocol).  
Internet propose trois types de services fondamentaux
- **E-mail (courrier électronique)** :  
La messagerie permet d'envoyer toute sorte de messages directement à son interlocuteur et contourne les problèmes d'absence ou de ligne occupée. On peut, de plus, envoyer le message à plusieurs personnes très facilement. Il offre tous les avantages de l'écrit sur l'oral. Le temps de l'écriture favorise la réflexion et la précision dans les questions ou les réponses.
- **Une page facebook (Candia Algérie)** : est un réseau social en ligne qui permet à ses utilisateurs de publier des images, des photos, des vidéos, des fichiers et documents, d'échanger des messages, joindre et créer des groupes et d'utiliser une variété d'applications.
- **Deux chaînes youtube (TCHIN LAIT CANDIA, CANDIA)** : Youtube est un site web d'hébergement de vidéos sur lequel les utilisateurs peuvent envoyer, évaluer, regarder, commenter et partager des vidéos
- **Outlook** : Outlook est un logiciel de la suite Microsoft Office qui permet la réception et l'envoi d'emails, de les classer, mais aussi la gestion d'un carnet d'adresses complet, la gestion de tâches et de votre temps. En entreprise, Outlook peut être connecté afin que vous puissiez consulter les disponibilités des autres en vue de caler un rendez-vous.

Outlook est un logiciel très fourni en fonctionnalités, très utile pour ceux qui doivent gérer énormément de mails, avec un besoin de les catégoriser et de les retrouver facilement, gérer un gros carnet d'adresse.

- **L'Intranet** : Est un réseau fermé d'entreprise utilisant les techniques et les outils de l'Internet (protocole IP, se développe dans Tchín-Lait). L'Intranet permet de développer l'échange et le partage de l'information au sein de l'entreprise ou du groupe (accès à des bases de données).
- **L'extranet** : élargit l'accès au réseau Intranet à un public extérieur à l'entreprise Tchín-Lait Candia, public restreint et sélectionné (clients, fournisseurs). En réalité l'extranet n'existe dans Tchín-Lait Candia mais il y a une liaison entre la poste et la société dont on utilise un mot de passe pour entrer dans le réseau de la poste afin de consulter le compte de la société et de transmettre les données aux services finances et comptabilité

### **1.7.2. L'impact des TIC sur les structures et comportement de l'entreprise Tchín-Lait**

- Tout d'abord, la déspecialisation des lieux de travail. Avant, tout le monde se rendait physiquement au bureau. Aujourd'hui, si l'équipement le permet, vous pouvez travailler n'importe où.

- Deuxième, point important, les TIC ont engendré une dérégulation des temps. Le travail s'effectue aujourd'hui à n'importe quelle heure de la journée ou de la nuit malgré les services de la Tchín-Lait Candia qui exige ce mode de tâches. Enfin, la capacité à échanger des idées et des savoirs a explosé avec les réseaux numériques. C'est la fin des effets frontières, cadres seniors et cadres peuvent échanger sur le Net ou sur des réseaux.

Les TIC doivent être considérés comme un outil, une technique, une infrastructure. Elles relèvent de l'horizontalité et de la multiplicité donc une démarche participative des utilisateurs.

Elles ouvrent tous les espaces, mais aussi tous els aspects de la vie sociale, du développement et de l'aménagement. Les TIC sont un véritable levier désenclavement. Elles redonnent des potentialités, au travers de projets initiés.

Elles permettent à tout usager de travailler, de communiquer, d'échanger des informations en temps réel.

### **1.7.3. L'impact des TIC sur la gestion de l'entreprise**

Les nouvelles possibilités d'échange et de partage d'information, facilitent et peut-être accélèrent un certain nombre de changements. La clé aujourd'hui, ce n'est pas un problème de taille, c'est un problème de stratégies des acteurs. C'est un défi stratégique d'une ampleur nouvelle.

L'impact des TIC sur le champ d'action du management : l'organisation, les structures et le travail quotidien du personnel sont progressivement touchés par la propagation des TIC et leur influence dans l'ensemble des fonctions. En effet, les TIC ne sont pas utilisés comme n'importe quel outil dont on garantirait la simple modernisation.

Elles proviennent d'orientations prises par la direction sur des axes stratégiques de nature très différente : commerciale, administrative ou technique. Elles peuvent être le résultat d'arbitrages entre telle ou telle fonction, qui voit un avantage à se moderniser.

La maîtrise des flux d'information en réseau lui assure une cohérence organisationnelle tout en améliorant son efficacité. L'information est ainsi détectée "en temps réel" et avec peu d'effort une fois programmée, l'agent peut passer ses nuits à surfer sur la toile pour trouver les informations désirées. Il devient ainsi facile de mettre à jour les informations sur la concurrence et de connaître les informations qui circulent sur votre propre entreprise.

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

Après la collecte des données, la seconde étape consiste en l'analyse et l'interprétation des résultats. Nous avons établi des questionnaires composés de 27 questions, que nous avons déposés au niveau des directions de l'entreprise Candia tel que la direction générale, direction d'approvisionnement et stocks, direction ressources humaines, direction vente marketing, direction de l'aboratoire, direction finance et comptabilité, direction maintenance et direction de production. L'échantillon de notre enquête est une population de l'ordre de 30 individus.

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

Sexe	Effectifs	%
Masculin	16	53%
Féminin	14	47%
Totale	30	100%

**Source :** Etablit par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire

Selon les données recueillis sur le terrain, et a partir des résultats du tableau nous constatons que notre population est de l'ordre de 30 individus, la plupart des cadres représente 53% du sexe masculin et avec un taux de 47% de notre échantillons.

On remarque que le sexe masculin est dominant dans l'entreprise par rapport au sexe féminin, et que certaines taches dans l'entreprise demandent des efforts, et des déplacements ce qui fait qu'il ya que les hommes qui peuvent assurer ces taches complexes, le travail dans l'entreprise demande beaucoup d'efforts et plus de responsabilité.

**Tableau N°5 :** Présentation de l'échantillon selon l'âge

Age	Effectif	%
18-27 ans	8	27%
28-37 ans	17	57%
38-47 ans	5	17%
Totale	30	100%

**Source :** Etablit par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire

Le tableau ci-dessus représente la structure d'âge de notre échantillon, les résultats on révèle que le plus grand pourcentage est enregistré dans la tranche d'âge (28-37 ans) avec un taux de 57%, suivi par la tranche d'âge entre (18-27) ans est de 27%, puis on trouve la tranche d'âge (38-47) ans est avec 17%.

La catégorie (28-37) est la plus nombreuse ce qui montre que l'entreprise Candia compte sur cette catégorie, cette dernière procure à l'entreprise non seulement leur compétence mais aussi leur dynamique, leur motivation et surtout leur jeunesse qui joue un rôle très important dans le développement de l'entreprise.

**Tableau n°6** : la répartition de l'échantillon selon le niveau d'instruction

Niveau	Effectif	%
<b>Moyenne</b>	3	10%
<b>Secondaire</b>	5	17%
<b>Universitaire</b>	22	73%
<b>Total</b>	30	100%

**Source** : Etablit par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire

À partir des données de ce tableau, la première catégorie pour le niveau d'instruction est d'un taux de 73% universitaire, suivie par le niveau d'instruction secondaire 17%, en dernier le niveau d'instruction moyen 10%.

Donc ça nous permet de juger que Candia exige une qualification et un niveau d'instruction élevé pour ses cadres, cela nous donne une image très claire sur l'entreprise et la qualité de ses produits.

Aussi avec le développement des TIC les entreprises exigent sur leurs niveaux d'instruction pour éviter les frés et le temps perdue en formation dans l'information.

**Tableau n°7** : la répartition de l'échantillon selon le niveau hiérarchique

Niveau hiérarchique	Effectif	%
<b>Cadre dirigeant</b>	22	73%
<b>Agent de maitrise</b>	8	27%
<b>Total</b>	30	100%

**Source** : Etablit par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire.

Les niveaux hiérarchiques sont composés de trois cadres : cadre dirigeant, agent de maitrise, agent d'exécution. D'après ces résultats on trouve un taux élevés de 73% des cadres suivie de 27% pour les agents de maitrise ce qui montre que l'entreprise Candia la majorité sont des cadres vues les responsabilités dans l'entreprise aussi un autre facteur celui de l'ancienneté professionnelle.



Donc ça nous permet de juger que Candia exige une qualification et un niveau d'instruction élevé pour ses cadres, cela nous donne une image très claire sur l'entreprise et la qualité de ses produits. Nous déduisons ainsi que la grande responsabilité est assumée par les cadres, nous remarquons une certaine harmonie dans les tâches, ce qui générera une bonne gestion dans différents service.

**Tableau n°8 :** la répartition de l'échantillon selon l'utilisation des outils informatique dans l'entreprise

L'utilisation de l'outil informatique	Effectif	%
Oui	30	100%
Non	0	0%
<b>Total</b>	30	100%

**Source :** Etablit par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire

Les résultats de l'enquête révélé que la majorité des enquêtes soit le taux de 100%. Nous constatons que la connaissance de l'utilisation de l'outil informatique est importante et nécessaire vu son importance dans l'amélioration et la perfection des informations, nous introduisons ainsi que l'usage des TIC dans tout ces unités et particulièrement dans la direction des ressources humaine.

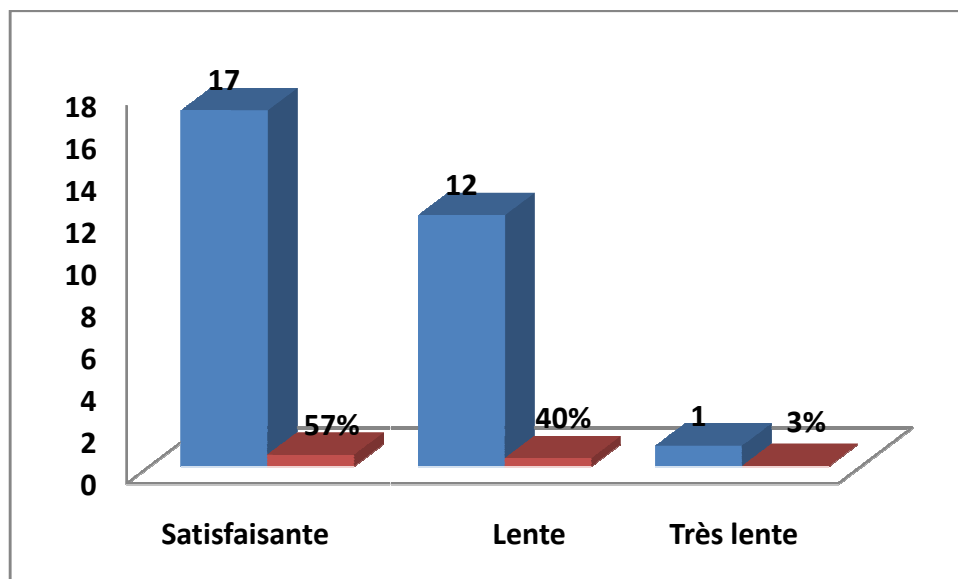
**Tableau n°9 :** la corrélation entre l'accès à 'internet et la vitesse de la connexion et la vitesse de la connexion et du transfère d'information sur internet

Accès à l'intente	Oui		Non		Total	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
La vitesse de la Connexion						

<b>Satisfaisante</b>	17	57%	/	/	17	57%
<b>Lente</b>	12	40%	/	/	12	40%
<b>Très lente</b>	1	3%	/	/	1	3%
<b>Total</b>	30	100%	/	/	30	100%

**Source :** Etablit par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire

**Figure N°6 :** la corrélation entre l'accès à 'internet et la vitesse de la connexion et la vitesse de la connexion et du transfère d'information sur internet



**Source :** Etablit par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire.

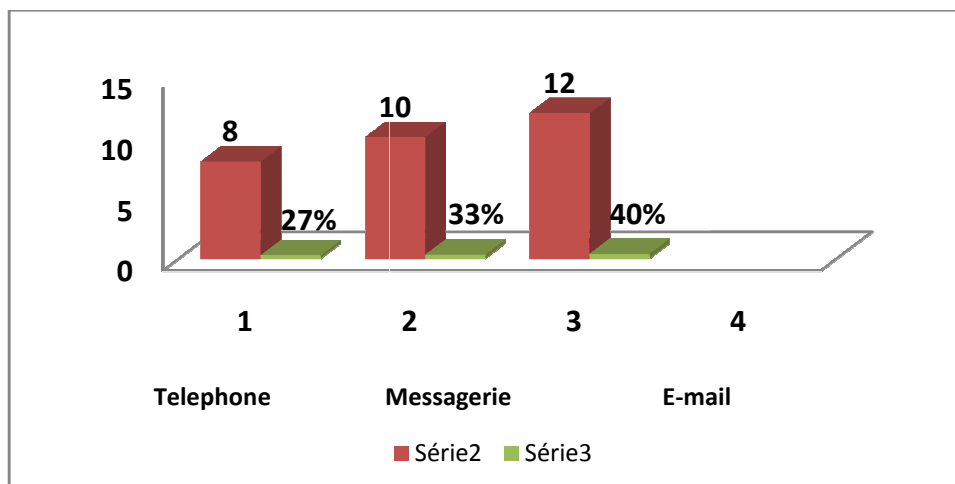
D'après les résultats obtenus l'accès à l'internet est de 100%. Pour la vitesse de la connexion, nous constatons que 57% de notre population d'étude ont répondu satisfaisante, contre 40% trouvent que la connexion est lente. Ainsi nous déduisons que l'entreprise a met à la disposition de leurs fonctionnaires une connexion qui leur permet de faire plus de tâches, car une bonne connexion joue très rôle important sur le processus de changement aux niveaux de l'entreprise, et sur la motivation du personnels.

**Tableau N°10 :** Les répartitions de l'échantillon selon les moyens de communication utilisés les plus souvent

Les moyens de communications utilisées	Effectif	%
Téléphone fixe	8	27%
Téléphone mobile	7	23%
E-mail	12	40%
Tous ces moyens	3	10%
<b>Totale</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Source :** Etablit par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire.

**Figure N° 7:** Les répartitions de l'échantillon selon les moyens de communication utilisés les plus souvent



**Source :** Etablit par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire.

D'après les données de terrain, nous constatons que l'outil le plus utilisé par l'entreprise Tchir-Lait Candia est l'E-mail avec un pourcentage de 40% suivi par la messagerie avec un pourcentage de 33% et le téléphone (fixe et mobile) avec un pourcentage de 27%.

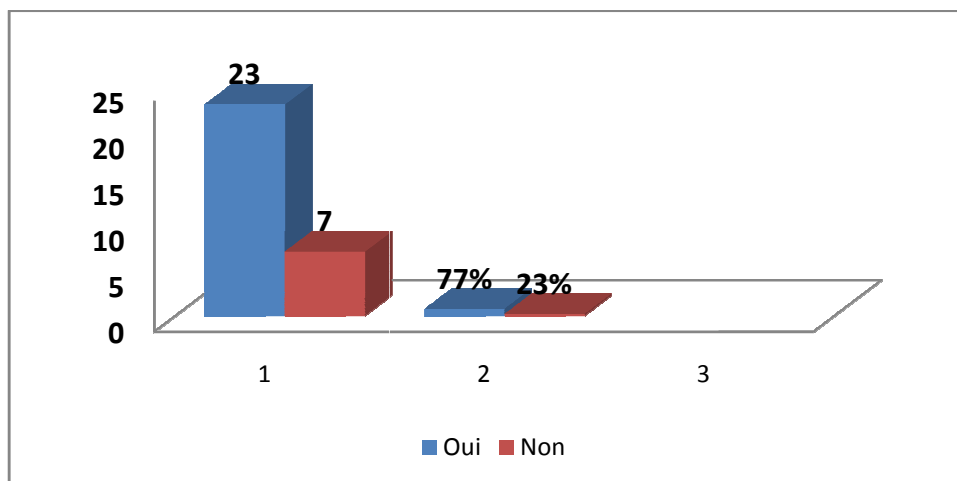
Nous remarquons que l'outil E-mail ainsi que la messagerie sont les plus dominants, et les plus adaptés pour leur travail, avec ces derniers l'entreprise peut offrir des services aux consommateurs et aux clients et répondre à toutes les questions et les réclamations qui concernent les produits de l'entreprise, ils facilitent la transmission des documents car ce sont des moyens rapides et moins chers, il suffit d'avoir accès à Internet, ils peuvent également réduire les délais des réalisations des actes administratifs.

**Tableau N°11 :** La répartition de l'échantillon selon l'utilisation de l'intranet dans l'entreprise Tchir-Lait Candia

L'utilisation de l'intranet	Effectif	%
Oui	23	77%
Non	7	23%
Total	30	100%

**Source :** Etabli par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire.

**Figure N°8 :** La répartition de l'échantillon selon l'utilisation de l'intranet dans l'entreprise Tchir-Lait Candia



**Source :** Etabli par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire.

Selon les données recueillies sur l'utilisation de l'intranet et parmi 30 de notre échantillon 27 d'entre eux utilisent l'intranet avec un taux de 77% et 7 d'entre eux n'utilisent pas l'intranet avec un taux de 23%.

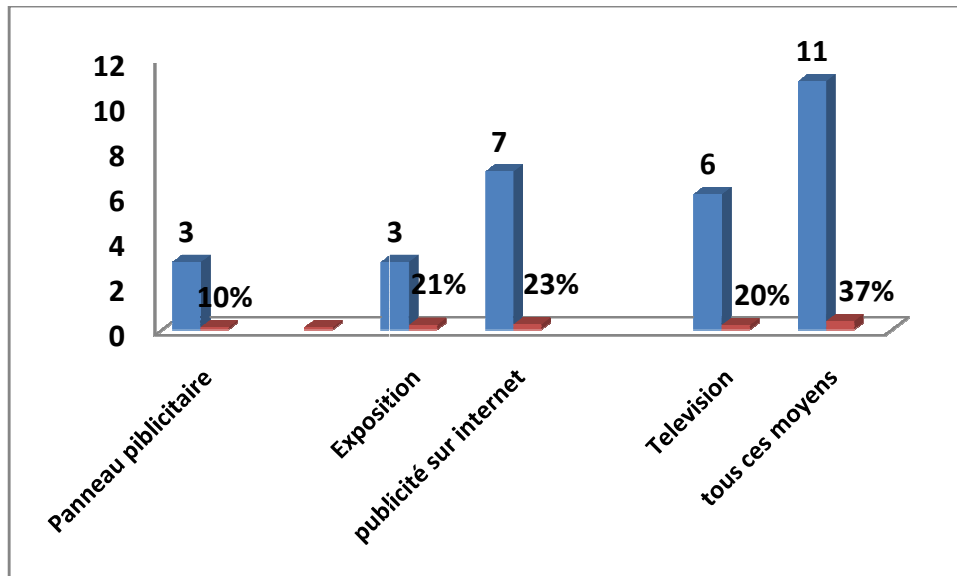
Nous déduisons que l'intranet est une technologie de l'information et de communication qui provoquent des changements importants qui relie un nombre important de direction dans l'entreprise, par le biais d'un réseau local dans le but de faciliter leur communication, il participe même à l'évolution des configurations contenus et positionnements des différentes fonctions dans l'entreprise. Il offre l'avantage pour l'utilisateur de disposer d'une interface identique quelque soit le poste de travail auquel il connecte.

**Tableau N°12 :** La répartition de l'échantillon selon les moyens ou le client tient au courant des nouveaux produits

<b>Le moyen ou le client tient au courant des nouveaux produits</b>	<b>Effectif</b>	<b>%</b>
<b>Panneaux publicitaires</b>	3	10%
<b>Exposition</b>	3	10%
<b>Publicité sur internet</b>	7	23%
<b>Télévision</b>	6	20%
<b>Tous ces moyens</b>	11	37%
<b>Total</b>	30	100%

**Source :** Etablit par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire.

**Figure N°9 :** La répartition de l'échantillon selon les moyens ou le client tient au courant des nouveaux produits



**Source :** Etablit par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire.

D'après les résultats 37% des clients tiennent au courant de nouveau produit par tout ces moyens cités au dessus , et de 23% par la publicité sur internet, 20% par la télévision et en dernier 10% par les panneaux publicitaire .

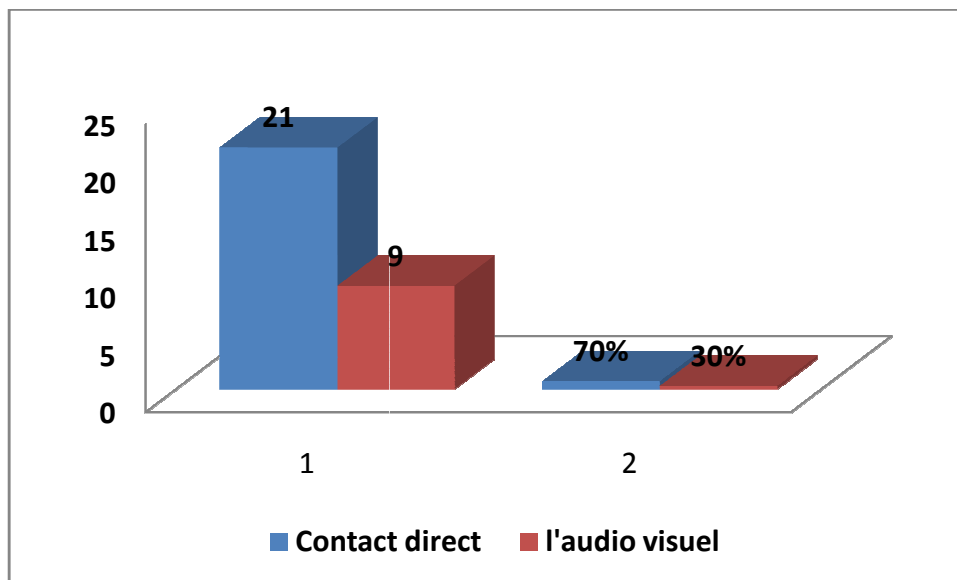
L'utilisation de la publicité sur internet pour l'entreprise, c'est pour faire savoir à ses clients de leur nouveau produits, car c'est un moyen le plus facile qui accès de à ce large publique celle-ci anticipe les besoins et supervise leur achat produit et anticipe aux études de faisabilité des nouveaux produit, cela permet une hausse de la productivité et une baisse des couts et donner une image de l'entreprise.

**Tableau N°13 :** La répartition de l'échantillon selon les moyens utilisés pour effectuer des réunions entre les responsables ou cadres

Les moyens utilisés	Effectif	%
Contact direct	21	70%
Par le moyen de l'audio visuel	0	0%
Les deux	9	30%
Total	30	100%

**Source :** Etablit par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire.

**Figure N° 10:** La répartition de l'échantillon selon les moyens utilisés pour effectuer des réunions entre les responsables ou cadres



**Source :** Etablit par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire.

D'après les données de terrain 70% des enquêtés estiment que les réunions entre les responsables ou cadres s'effectuent par contact direct et 30% estiment que les réunions s'effectuent par (contact direct) et par le moyen de l'audio visuel.

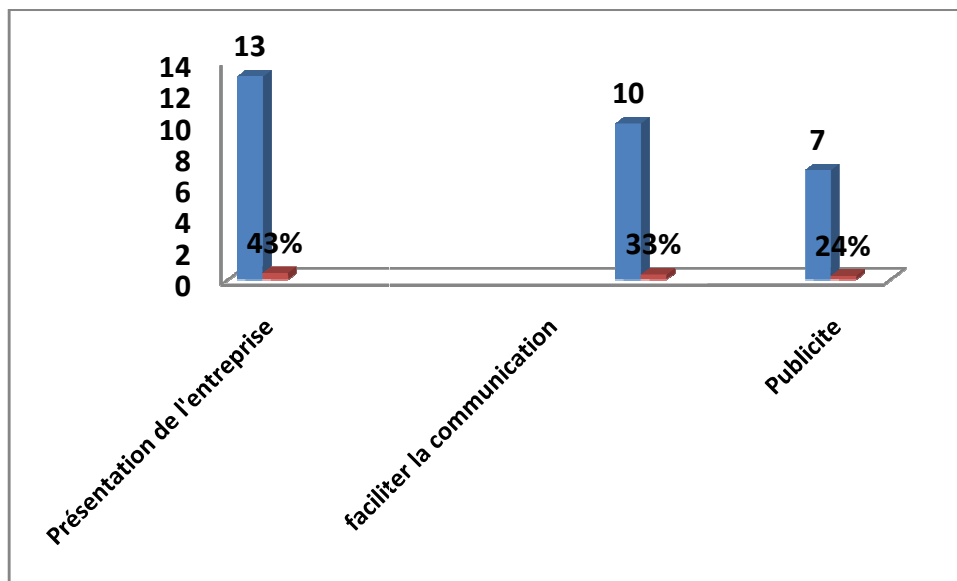
Le contact directe est mieux placées pour faire les réunions est de gérer les situations afin de mieux communiquer et de transfert d'information entre eux. Malgré le développement des télécommunications, mais le contact direct est l'un des moyens efficaces pour les réunions.

**Tableau N°14** : l'objectif de site web personnalise de votre entreprise

L'objectif de site web personnalisé	Effectif	%
Présentation de l'entreprise	13	43%
Faciliter la communication	10	33%
Publicité	7	24%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Source** : Etablit par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire.

**Figure N°11** : l'objectif de site web personnalise de votre entreprise



**Source** : Etablit par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire.

Les résultats de l'enquête révèle que 43% des enquêtés montrent l'objectif de site personnalisé de l'entreprise, il permet de faire la présentation de l'entreprise suivie par 33% la facilité de la communication et enfin juste 24% est d'un objectif de la publicité.



A cet effet nous remarquons que le site personnalisé dans l'entreprise est important et à plusieurs fonctions. La majorité des enquêtés pensent que le site personnalisé est pour faire la présentation de l'entreprise, de connaître à ses clients ses différents produits et ses marques.

Le site web dans l'entreprise Tchén-Lait Candia est d'une primordial et ainsi pour multiples fonctions que on peut citer :

- Faire connaître notre entreprise, particulièrement les points forts par rapport à la concurrence.

- C'est la vitrine de l'entreprise.

- Cela fait partie de l'image de marque de la société.

- Maîtriser sa propre communication et assuré une meilleur diffusion.

- Pour informer et communiquer mieux.

- Avoir un site pour l'entreprise est investissement indispensable de nos jours et ce qui permettra de nos faire connaître par le grand public (consommateur).c'est aussi la vitrine de notre entreprise et notre visite.

- Le site est le recueil pour le client.

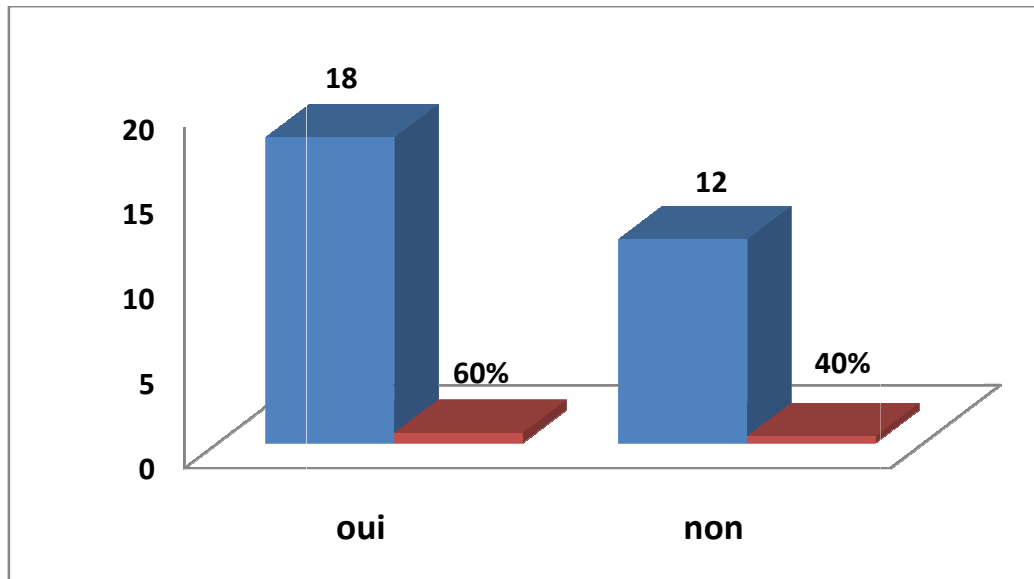
- S'inscrire droite ligne avec les exigences d'un environnement de plus en plus digital.

**Tableau N°15 :** La répartition de l'échantillon selon l'utilisation des TIC en dehors des heures de travail

<b>L'utilisation des TIC en dehors du travail</b>	<b>Fréquences</b>	<b>%</b>
<b>Oui</b>	18	60
<b>Non</b>	12	40
<b>Total</b>	30	100

**Source :** Etablit par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire.

**Figure N°12** : La répartition de l'échantillon selon l'utilisation des TIC en dehors des heures de travail



**Source** : Etablit par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire.

Selon les données recueillis sur le terrain, et à partir des résultats du tableau nous constatons que la plupart des cadres représente 60% travaillant en dehors des heures de travail.

Lorsque les employés rentrent chez eux, ils peuvent accéder à leurs travaux, leurs fichiers, documents confidentiels et continuer leurs travail depuis leurs domiciles et cela avec un mot de passe. Ce qui augmentent les heures de travail.

Les TIC permettent de stimuler la réactivité de l'organisation: à l'intérieur de l'organisation, la réflexion en termes de processus a conduit à la mise en place d'un autre mode d'organisation des tâches, à organiser la transversalité et à développer l'autonomie des salariés. Autant de facteurs de réactivité que les TIC vont favoriser

**Tableau N°16 :** La corrélation entre la formation dans les TIC et les catégories concernées par cette formation

Formation Les Catégories	Oui		Non		Total	
	Effectifs	%	Effectif	%	Effectif	%
<b>Cadre</b>	7	23%	1	3	8	27%
<b>Agent de maitrise</b>	4	13%	2	7	6	20%
<b>Les deux</b>	16	53%	0	/	16	53%
<b>Total</b>	27	90%	3	10	30	100%

**Source :** Etablit par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire.

D'après notre enquête, il trouve que 53% ont répondu que les deux catégories (cadre-agent de maitrise) sont concernées par cette formation, l'entreprise Candia organise ces formations pour les deux catégories.

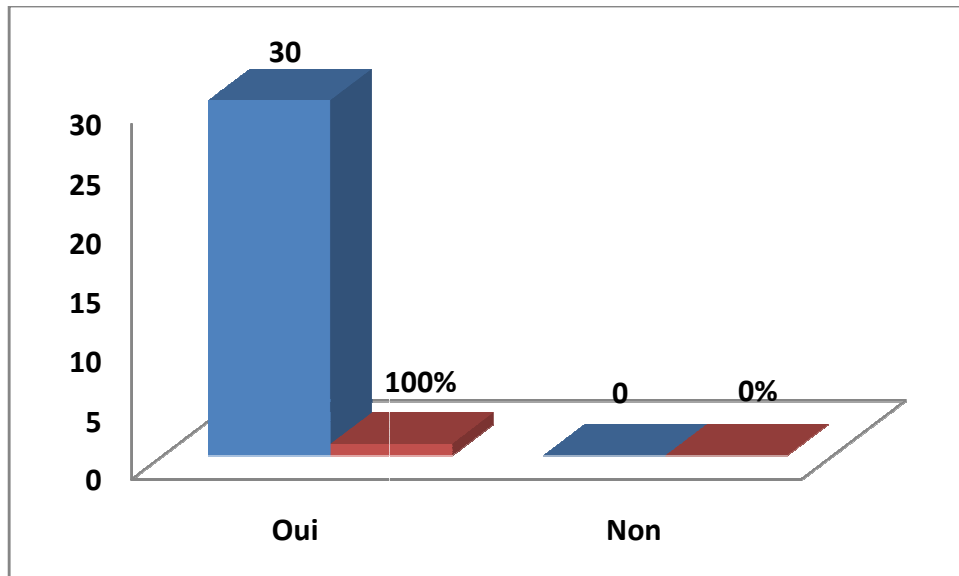
Ces résultats nous amène a dire que la formation est un outil de développer les capacités de jugement, développer ses compétences tous en amélioreront les niveaux de qualification et la possibilité de mieux acquérir les connaissances nouvelle et d'être compétitive par la bonne maitrise de ces moyens, ainsi que le bon climat, et crée un sentiment d'appartenance des salaries en vers leur organisation, et favorise une meilleure perception de leur milieux de travaille et accroitre chez le salarie l'estime de soi.

**Tableau N°17 :** La répartition de l'échantillon selon l'existence d'un lien d'évolution entre les TIC et le chiffre d'affaire

Le lien d'évolution entre les TIC et le chiffre d'affaire	Effectif	%
Oui	30	100%
Non	0	0%
<b>Total</b>	30	100%

**Source :** Etablit par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire.

**Figure N°13 :** La répartition de l'échantillon selon le lien d'évolution entre les TIC et le chiffre d'affaire



**Source :** Etablit par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire.

D'après les résultats obtenus dans le tableau ci-dessus nous constatons que la majorité des enquêtés ont répondu pour La question que nous les avons posé et qui est pensez vous vous qu'il existe un lien entre l'evolution de votre chiffre d'affaire et le retour aux TIC? Par un oui avec un taux de 100%.

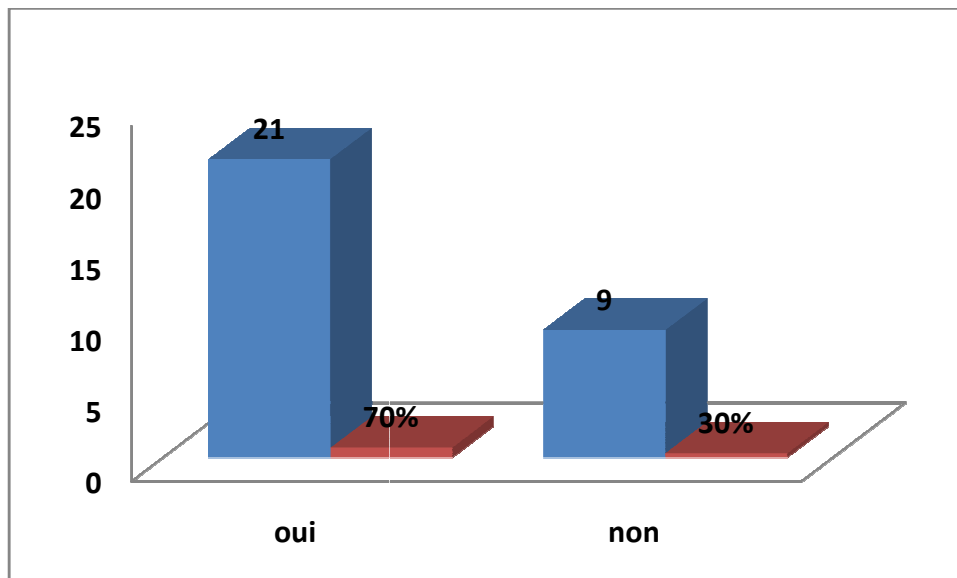
Cela explique que les TIC est un facteur important de croissance économique, et une amélioration de l'image de marque de l'entreprise, et un nouveau circuit de production grâce à l'extension du marché potentiel (commerce électronique).

**Tableau N°18 :** La répartition de l'échantillon selon le volume d'information traité par les TIC

Le volume d'information Traité par les TIC	Fréquences	%
Oui	21	70%
Non	9	30%
Total	30	100%

**Source :** Etablit par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire.

**Figure N°14 :** La répartition de l'échantillon selon le volume d'information traité par les TIC



**Source :** Etablit par nous-mêmes sur la base des données recueillies à l'aide d'un questionnaire.

Le traitement du volume d'information dépend surtout du service tel que la comptabilité et les finances du moment qu'elle est sous l'autorité de la direction, cette dernière exige des comptes continuellement.

## **Conclusion**

Notre stage pratique au niveau de l'entreprise Tchou-Lait Candia a été bénéfique sur la complémentarité de nos connaissances théorique. Pendant la période de notre stage nous avons remarqué que l'entreprise est très influencé par les TIC elle utilise des dévers TIC notamment le téléphone, l'internet, l'intranet, l'extranet.

nous avons répondu à la première hypothèse, l'intégration des nouvelles technologies de l'information et de la communication qui représentent un enjeu de taille pour l'entreprise et les formes de travail qui y coexiste. la technologie joue un rôle de facilitateur des changements. quand elle sert d'incitant à l'innovation , elle fournit une infrastructure des services financier C'est une vraie révolution des mentalités qui s'impose avec de nouvelles formes de travail. La seconde hypothèse est également confirmée les TIC contribuent effectivement au développement de l'entreprise, les TIC ont engendré une dérégulation des temps, la capacité à échanger des idées et des savoirs a explosé avec les réseaux numériques.

***conclusion générale***

### Conclusion générale

A partir de notre enquête sur le terrain menée au près de l'entreprise Tchén-lait Candia de Bejaia et d'après les résultats que nous sommes arrivées à la réalité, L'impact des TIC sur l'entreprise est multiforme. Il concerne aussi bien sa relation avec l'environnement que son fonctionnement interne, son organisation, les outils qui s'y rattachent et les relations qui s'y développent.

Dans ce présent travail et d'après les résultats de nos entretiens avec les cadres, nous avons évoqué dans un premier lieu nous et dans la partie pratique la réponse à la 1<sup>ère</sup> hypothèse, L'utilisation des TIC exige un niveau d'instruction et de qualification minimum, ce qui incite l'entreprise à prendre en charge les travailleurs pour les former et les rendre capable à s'adapter aux nouvelles technologies (logiciels, machine, système...). L'entreprise consacre des budgets spéciaux pour les formations de ses travailleurs jusqu'au dernier salarié soit à l'intérieur de l'entreprise ou à l'extérieur et cela dans les centres de formation. Nous avons présenté les outils des TIC qui se résument en : internet, l'intranet et l'extranet.

En second nous avons répondu à la deuxième hypothèse, l'intégration des nouvelles technologies de l'information et de la communication qui représentent un enjeu de taille pour l'entreprise et les formes de travail qui y coexiste. C'est une vraie révolution des mentalités qui s'impose avec de nouvelles formes de travail. L'entreprise doit donc repenser leur organisation et se reconfigurer pour faire face à de nouveaux comportements et s'intégrer dans un nouvel environnement. Il s'agit donc d'une société de l'information, ou l'entreprise qu'elle que soit sa taille ou le secteur où elle active doit considérer l'information comme un nouvel outil d'action.

L'introduction et l'impact des TIC à des conséquences multiples sur son fonctionnement parce qu'elles bouleversent l'organisation du travail et la gestion des ressources humaines affectent les conditions de travail. En effet, la transformation et la circulation de l'information modifient les processus de décision. On passe d'une structure pyramidale où le savoir est exclusivement détenu par le dirigeant à des structures matricielles où tous les individus participent aux décisions grâce à la mise en commun des savoirs. Ces TIC permettent à l'accès rapide à l'information, l'augmentation des gains de productivité et de la baisse des coûts. L'application des TIC est devenue indispensable pour le développement de toutes les nations



## Conclusion générale

---

A partir de l'analyse et l'interprétation des résultats, nous avons déduit que les technologies de l'information et de communication au sein de l'entreprise Tchik-lait Candia ont un impact vif et très positif sur le développement et une forte influence sur son évolution.

# ***Annexes***

## Liste Des Figures

---

<b>Figure N°1</b> : Les sources internes et externes d'information.....	27
<b>Figure N°2</b> : La structure de la direction marketing et ventes .....	45
<b>Figure N°3</b> : Le choix du procédé UHT.....	47
<b>Figure N°4</b> : l'évolution du chiffre d'affaire total.....	50
<b>Figure N°5</b> : les réseaux de distribution.....	52
<b>Figure N°6</b> : la corrélation entre l'accès a 'internet et la vitesse de la connexion et la vitesse de la connexion et du transfère d'information sur internet.....	61
<b>Figure N° 7</b> : Les répartitions de l'échantillon selon les moyens de communication utilisés les plus souvent.....	62
<b>Figure N°8</b> : La répartition de l'échantillon selon l'utilisation de l'intranet dans l'entreprise Tchic-Lait Candia.....	63
<b>Figure N°9</b> : La répartition de l'échantillon selon les moyens ou le client tient au courant des nouveaux produits.....	65
<b>Figure N° 10</b> : La répartition de l'échantillon selon les moyens utilisés pour effectuer des réunions entre les responsables ou cadres.....	66
<b>Figure N°11</b> : l'objectif de site web personnalisée de votre entreprise .....	67
<b>Figure N°12</b> : La répartition de l'échantillon selon l'utilisation des TIC en dehors des heures de travail.....	69
<b>Figure N°13</b> : La répartition de l'échantillon selon le lien d'évolution entre les TIC et le chiffre d'affaire.....	71
<b>Figure N°14</b> : La répartition de l'échantillon selon le volume d'information traité par les TIC .....	72

## Liste Des Figures

---

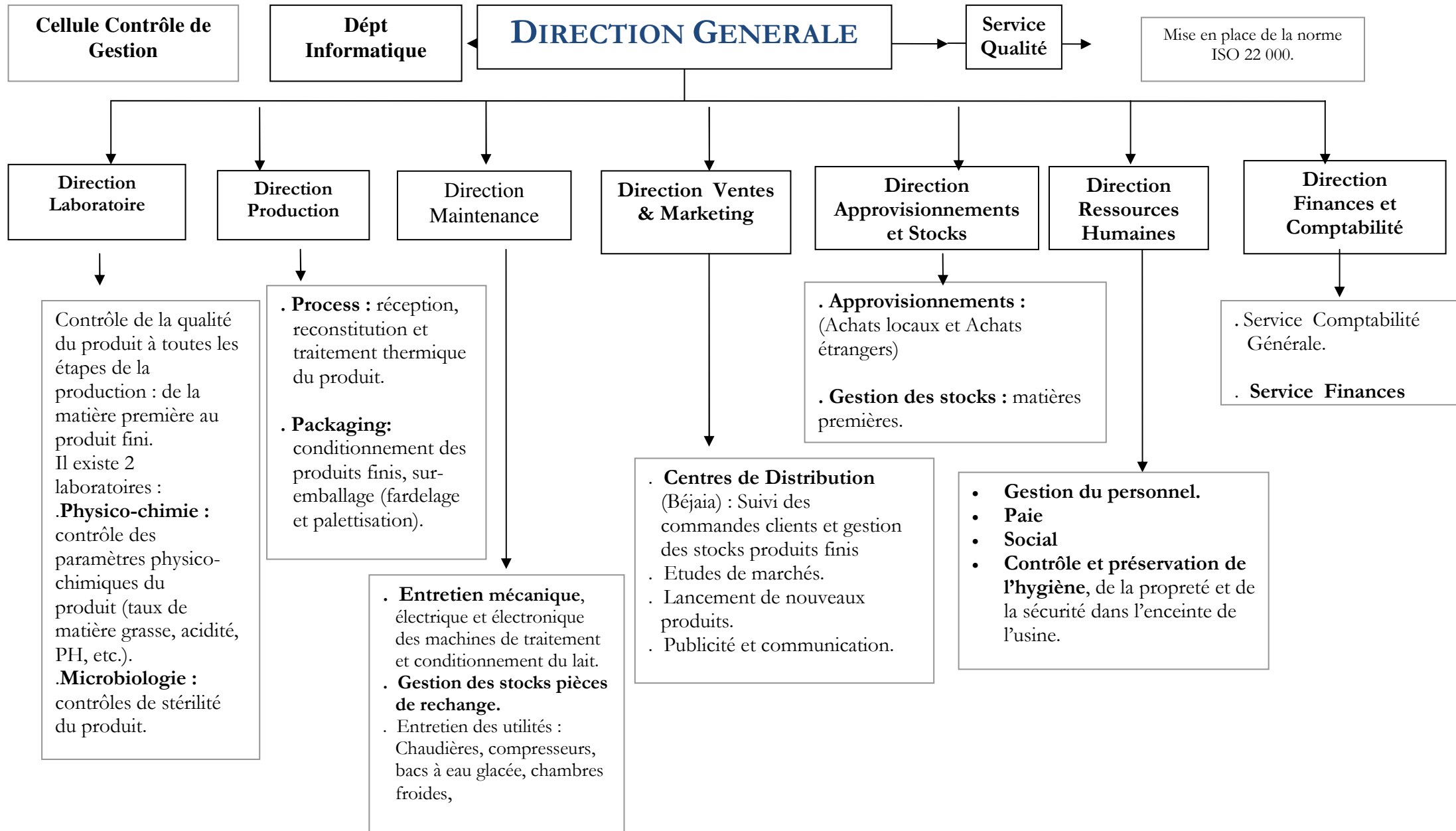
<b>Tableau N°1 :</b> La grille récapitulative type de mécanisme pour coordonner des activités qui peuvent être assistées et améliorées par l'utilisation des nouvelles technologies de l'information.....	33
<b>Tableau N°2 :</b> Evolution du chiffre d'affaire (Millions DA).....	49
<b>Tableau N°3 :</b> Représentation de la répartition de 46 clients distributeurs que dispose Tchinelait Candia.....	9
<b>Tableau N°4 :</b> La répartition de l'échantillon selon le sexe.....	58
<b>Tableau N°5 :</b> Présentation de l'échantillon selon l'âge.....	58
<b>Tableau n°6 :</b> la répartition de l'échantillon selon le niveau d'instruction.....	59
<b>Tableau n°7 :</b> la répartition de l'échantillon selon le niveau hiérarchique.....	59
<b>Tableau n°8 :</b> la répartition de l'échantillon selon l'utilisation des outils informatique dans l'entreprise.....	60
<b>Tableau n°9 :</b> la corrélation entre l'accès à 'internet et la vitesse de la connexion et la vitesse de la connexion et du transfère d'information sur internet.....	60
<b>Tableau N°10 :</b> Les répartitions de l'échantillon selon les moyens de communication utilisés les plus souvent.....	61
<b>Tableau N°11 :</b> La répartition de l'échantillon selon l'utilisation de l'intranet dans l'entreprise Tchinelait Candia.....	63
<b>Tableau N°12 :</b> La répartition de l'échantillon selon les moyens ou le client tient au courant des nouveaux produits.....	64
<b>Tableau N°13 :</b> La répartition de l'échantillon selon les moyens utilisés pour effectuer des réunions entre les responsables ou cadres.....	66
<b>Tableau N°14 :</b> l'objectif de site web personnalisée de votre entreprise.....	67
<b>Tableau N°15 :</b> La répartition de l'échantillon selon l'utilisation des TIC en dehors des heures de travail.....	68

**Tableau N°16 :** La corrélation entre la formation dans les TIC et les catégories concernées par cette formation .....69

**Tableau N°17 :** La répartition de l'échantillon selon le lien d'évolution entre les TIC et le chiffre d'affaire.....70

**Tableau N°18 :** La répartition de l'échantillon selon le volume d'information traité par les TIC.....71

## ANNEXE n°: ORGANIGRAMME DE TCHIN LAIT CANDIA



**REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE**

**UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA**

**FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, DES SCIENCES**

**COMERCIALES ET DES SCIENCES DE GESTION**

**DEPARTEMENT DE GESTION**

**Option: Management économique des territoires et entrepreneuriat (METE)**

**Sous le thème :**

**« L'impact des TIC sur le développement de l'entreprise »**

**Préparé par :**

**Encadré par :**

**Melle BENHAMMA Lynda**

**Mr BOUMOULA Samir**

**Melle DJELLILI Katia**

**Cas pratique au sein de l'entreprise « CANDIA »**

**Cette enquête est réalisée en vue de la préparation d'un mémoire de master 2 en Management économique des territoires et entrepreneuriat, sur le thème : « L'impact des TIC sur développement de l'entreprise ».**

**L'objectif est de mettre en évidence l'impact de l'usage des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans l'entreprise « CANDIA ». Vos réponses ce questionnaire permettent de recueillir des points de repère importants qui nous aiderons à compléter notre recherche et répondre à notre problématique.**

**Merci de consacrer un peu de votre temps à ce questionnaire.**



## **I- Questions d'ordre personnel**

### **1. Sexe**

Masculin

Féminin

### **2. Age**

18-27ans

28-37ans

38-47ans

47ans ou plus

### **3- Niveau d'instruction**

Primaire

moyen

Secondaire

Universitaire

### **4. Quel est votre niveau hiérarchique**

Cadre dirigeant

Agent de maitrise

Agent d'exécution

### **5- expérience professionnelle**

1-2ans

3-4ans

5ans ou plus

## II-Utilisation des TIC dans l'entreprise

6- Connaissez-vous la signification des TIC?

Oui  Non

7- Connaissez-vous l'utilisation des outils informatiques?

Oui  Non

8- Nombre d'ordinateurs dans l'entreprise

<10  10 à 30  30>

9-Ces ordinateurs sont ils connectés en réseaux?

Oui  Non

10- Si oui :

La totalité  Une grande partie  Une minorité

11- Utilisez-vous les outils informatiques dans votre travail?

Oui  Non

12- Que pensez-vous de la vitesse de la connexion et du transfert d'informations sur internet?

Satisfaisante  Lente  Très lente

13- Quel moyen de communication utilisez-vous le plus souvent ?

Téléphone fixe       Téléphone mobile       E-mail

Tous ces moyens

14- Utilisez-vous l'intranet à l'intérieur de votre entreprise ?

Oui       Non

15- Votre entreprise emploie-t-elle du personnel spécialisé dans le domaine des technologies de l'information et de la communication ?

Oui       Non

16- Avez-vous organisé des formations nécessaires pour améliorer l'utilisation et la maîtrise des TIC ?

Oui       Non

17- La direction générale de votre entreprise considère les technologies de l'information et de la communication (TIC) comme un enjeu stratégique ?

Oui       Non

18- L'utilisation de TIC augmente-t-elle la croissance des rapports sociaux à l'intérieur de l'entreprise ?

Oui       Non



24- Dans votre entreprise quelles sont les personnes ayant accès à l'Internet ?

Le cadre dirigeant     agent de maîtrise     les deux

25- Est-ce que l'ensemble des travailleurs ont accès à l'utilisation de ces technologies?

Oui                       Non

26-Pensez-vous qu'il existe un lien entre l'évolution de votre chiffre d'affaire et le recours aux TIC?

Oui                       Non

27- Grâce aux TIC l'entreprise traite un volume d'informations plus important

Oui                       Non

**Ouvrages et Livres**

**1-Abdesslam BENDIABDELLAH** : Revue économie et management publication de la faculté des Sciences Economiques et de gestion Université Abou Bekr Belkaid - TLEMCEM - N° 3 Mars 2004.

**2-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, P 10.

**3- Ali BOUHENNA**, Les enjeux des NTIC dans l'entreprise, Université de Tlemcen, P3.

**4-Ali MOKRANE**, Diffusion et impact des technologies de l'information et de communication au sein des entreprises : élément d'analyse empirique du cas de l'industrie manufacturière algérienne, Université Mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou, P9.

**5-Bernard LAMIZET**, SJLEM, Ahmed, dictionnaire encyclopédique de sciences de l'information et de la communication, Edition Ellipses, Paris, 1997, P199.

**6- Christian LE MOENNE**, science de la société de la communication organisationnelle en débat, la presse universitaire du MIRAL, Paris, P 101.

**7- Denis BERARD**, l'impact des TIC sur le travail et son organisation, Bogue, Montréal, avril, 2002.

**8-Fannelly NGUYEN-THANH**, la communication une stratégie au service de l'entreprise, édition, Economica, Paris, 1991, P 17.

**9-Liliane Démon-Lugo** et autres, communication des entreprises stratégies et pratiques, 2emeEdition, Armon colin, paris, 2006, p122.

**10-Marie Hélène Westphalien** : Le guide la communication d'entreprise. Page 396.

**11- Michel VOILE**, « économie des nouvelles technologies : internet, télécommunication, informatique, audiovisuel, transport aérien, « paris », Economica, 1999. Sous la direction de : M. S. Boudjbbour, page 153-154.

**12-Nathalie ALDOSA et Cie**, information, communication, organisation, Edition Bréal 143 ALD, France, France, 2012, P53.

**13-Patrick ARTUS:** « la nouvelle économie ». La découverte et Syros, Paris, 2001, p3.

**14-Philippe DETERIE P, Catherine BOYER,** la communication interne au service de management, 2ème édition liaisons, 2001, P 42.

**15-Philippe DETIRE,** Ca. Mes lin, La communication interne au sein du service management, Broyez (2001).

**16-UNESCO,** Rapport mondial sur la communication : Les médias face aux défis des nouvelles technologies, Editions UNESCO, 1997, p.12.

### **Les dictionnaires**

**1-Le Petit Larousse illustré 2013,** paris, Larousse, 2012, p 1934.

### **Documents électroniques**

**1-Mourad KASBANE,** L'écoute prospective de l'environnement, 2007, p11, PDF.

**2-Patrick ARTUS,** La nouvelle économie, Edition La Découverte 2002.PDF.

**3-Pierre-jean BENGHOZI, Patrick,** L'organisation de la production et de la décision face aux TIC brousse au-info, 1999, p 203, PDF.

**4-Thierry LIBAERT, M. H. Westphalien,** Communicator, PDF

**5-Tristan KLEIN, Daniel RATIER,** L'impact des TIC sur les conditions de travail, centre d'analyse stratégique, direction générale du travail, France, Février 2012, p 12 PDF.

### **Sites internet**

**1-Adel BEN YUCEF,** OP.cit, P 13-14.

**2-Denis BERARD,** Op.cit., p 11.

**3-« GROUPWAR » :**<http://www.techno-sciene.net/?onglet=glossaire&définition=269>, consulté le : 27/03/2017.

4-Office Québécois de la Langue Française banque de dépannage linguistique (en ligne), <http://www.oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bdl.html>.

**Document de l'entreprise**

Document interne de l'entreprise Tchinq-lait Candia, (Direction finance et comptabilité, 2014).

Document interne de l'entreprise (direction marketing et vente, Tchinq-Lait, 2014).

Document interne de l'entreprise, Direction générale. (Tchinq-Lait, 2014).



**Les dédicaces**

**Les remerciements**

**La liste des tableaux**

**La liste des figures**

**La liste des abréviations**

**Sommaire**

**Introduction générale.....1**

**Chapitre 01 : Présentation des technologies de l'information et de la communication..**

**Section01 : Quelques définitions et généralités sur les TIC.....4**

1.1-Définition des TIC .....4

1.2. L'émergence des TIC.....6

1.3. Les caractéristiques des TIC.....9

1.4. Les outil des TIC .....11

1.4.1. L'internet.....11

1.4.2. L'intranet.....12

1.4.2.1. Les caractéristiques de l'Intranet.....13

1.4.2.2. Le fonctionnement de l'intranet à travers ses concepts .....13

1.4.3. L'extranet.....14

1.4.3.1. Extranet client.....15

1.4.4. Le groupware.....15

---

<b>Section 02 : Rôles, enjeux, effets et avantages et inconvénient des TIC dans l'entreprise.....</b>	<b>16</b>
2.1. Rôles des TIC dans l'entrepris.....	16
2.2. Les enjeux des TIC dans l'entreprise.....	17
2.3. Les effets des TIC sur l'économie.....	18
2.3.1. Les effets multiplicateurs.....	18
2.3.2. L'effet déflateur.....	18
2.3.3. L'effet de substitution du capital au travail.....	19
2.3.4. L'effet qualité.....	19
2.3.5. L'effet productivité globale des facteurs.....	19
2.3.6. L'effet synthétique des externalités technologiques.....	20
2.4. Avantages et inconvénients des TIC dans l'entreprise.....	20
2.4.1. Les avantage .....	20
2.4.1.1. Sur le plan du système d'information .....	20
2.4.1.2. Sur le plan organisationnel .....	21
2.4.1.3. Sur le plan commercial .....	21
2.4.1.4. Sur le plan professionnel.....	21
2.4. Les inconvenants .....	21
<b>Conclusion de chapitre 01.....</b>	<b>22</b>
<b>Chapitre 02 :L'impact des TIC sur le développement de l'entreprise.....</b>	<b>23</b>
<b>Section 01 : L'information et la communication dans l'entreprise.....</b>	<b>23</b>

---

1.1.L'information dans l'entreprise.....	23
1.1.1. Les sources de l'information.....	24
1.1.1.1. Les sources internes de l'information.....	25
1.1.1.2. Les sources externes de l'information.....	25
1.1.2. Diffusion de l'information.....	26
1.1.2.1. Les opérations nécessaires pour la diffusion.....	27
1.1.2.2. Le traitement des documents.....	28
1.1.2.3. Traitement des informations.....	28
1.1.2.4. Regroupement des informations et des données .....	28
1.2. La communication dans l'entreprise.....	28
1.2.1. Les type de communication.....	29
1.2.1.1. La communication interne.....	29
1.2.1.2. La communication externe .....	30
1.2.2. Les objectifs de la communication.....	31
1.3. La relation entre l'information et la communication .....	33
<b>Section 02 : L'impact des TIC .....</b>	<b>34</b>
2.1. L'impact des TIC sur la performance des entreprises.....	34
2.2. L'impact des TIC sur l'économie.....	35
2.3. L'impact des TIC sur les conditions de travail.....	36
2.4. L'impact des TIC sur les ressources humaines.....	38

---

<b>Conclusion de chapitre 02.....</b>	<b>39</b>
<b>Chapitre03 : Présentation de l'organisme et l'analyse et l'interprétation des résultats..</b>	<b>40</b>
<b>Section 01 : Présentation de l'organisme.....</b>	<b>40</b>
1.1. Historique .....	40
1.1.1. Situation géographique.....	41
1.1.2. Sa localisation géographique.....	41
1.2. L'organigramme de Tchir-Lait.....	42
1.2.2 .Direction Approvisionnement et Stocks.....	43
1.2.1. Direction Générale.....	43
1.2.3. Direction Ressources Humaines.....	43
1.2.3. Direction de Production.....	44
1.2.4. Direction Comptabilité et finance .....	44
1.2.5. Direction Maintenance.....	44
1.2.6. Direction Ventes Marketing.....	44
1.2.7. Direction de Laboratoire.....	44
1.3. Les objectifs de l'entreprise Tchir-Lait Candia .....	45
1.4. L'activité de l'entreprise .....	46
1.4.1. Investissements réalisés dans les activités principales de l'Entreprise.....	46
1.4.2. Capacités de production.....	47
1.4.3. Le choix Du procédé UHT (Lait traité Ultra Haute Température).....	47
1.4.4. La Gamme de produits.....	48
1.4.5. Commercialisation.....	49

1.5. Les chiffres d'affaires réalisées.....	50
1.6. Les importations de Tchín-Lait .....	52
1.6.1. Réseaux de distribution.....	52
1.6.2. Les clients de Tchín-Lait.....	53
1.7. L'utilisation des TIC dans l'entreprise tchin-lait Candia.....	54
1.7.1. Les différent TIC existants dans l'entreprise Tchín-Lait Candia.....	55
1.7.2. L'impact des TIC sur les structures et comportement de l'entreprise Tchín-Lait.....	56
1.7.3. L'impact des TIC sur la gestion de l'entreprise.....	57
<b>Section 02 : Analyse et interprétation des résultats.....</b>	<b>57</b>
<b>Conclusion.....</b>	<b>73</b>
<b>Conclusion générale.....</b>	<b>74</b>





## *Résumé*

Les technologies de l'information et de la communication ou TIC, représentent l'ensemble des technologies informatiques qui contribuent à une véritable révolution socioculturelle, mais principalement leurs applications dans le champ économique. D'ailleurs ces technologies ne sont plus vraiment nouvelles. D'où le nom de TIC l'ordinateur portable, la télévision, le téléphone portable, la tablette interactive, internet constitue l'ensemble des technologies d'information et de communication.

L'objectif de notre travail est de faire ressortir l'impact des TIC sur le développement de l'entreprise, Pour cela nous avons effectué une enquête sur le terrain au sein de l'entreprise TchIn-Lait Candia située dans la ville Bejaia. Nous avons constaté que l'entreprise est très influencée par les TIC qui à d'abord eu pour objet de rationaliser le fonctionnement des organisations, la gestion et le management.

**Mots clés :** TIC, Développement, Impact, Management, TchIn-Lait CANDIA.

## **ملخص**

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، أو تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وكلها تقنيات الحاسب الآلي التي تساهم في ثورة اجتماعية وثقافية حقيقية، ولكن طلباتهم بشكل رئيسي في المجال الاقتصادي. وعلاوة على ذلك، هذه التقنيات ليست جديدة حقاً. ومن هنا جاءت تسميته من أجهزة الكمبيوتر المحمول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والتلفزيون، والهاتف المحمول، قرص تفاعلي، الإنترنت هو كل من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

والهدف من عملنا هو تسليط الضوء على تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير الشركة، ولهذا أجرينا المسح الميداني في شركة تشين الحليب كانديا يقع في مدينة بجاية. لقد وجدنا أن الشركة متأثرة جدا تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لكان أول من ترشيد عمل المنظمات والإدارة والإدارة.

**كلمات البحث:** تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتنمية، والأثر، الإدارة، TchIn ليت. CANDIA.