

Mémoire de fin d'études
Pour l'obtention du diplôme de Master académique intitulé :



*L'impact du système d'information sur la communication
des organisations*

- Cas de l'entreprise portuaire de Mostaganem (EPM)-

Mémoire réalisé par :
ALLOUCHE Menal

Mémoire dirigé par :
Pr MORTAD-NEFOUSSI Lamia

Devant le jury composé de :

Dr Hamdad Sohbia, Présidente

Pr MORTAD-NEFOUSSI Lamia, Directrice de recherche

Dr Bensefghoul Hadjira, Examineur

Année universitaire : 2022/2023

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'enseignement Supérieur et de la Recherche
scientifique
Université Abdelhamid ibn Badis
Faculté des sciences d'information et de communication
Spécialité communication organisationnelle

Mémoire de fin d'études
Pour l'obtention du diplôme de Master académique intitulé :

***L'impact du système d'information sur la communication
des organisations***

- Cas de l'entreprise portuaire de Mostaganem (EPM)-

Mémoire réalisé par :

ALLOUCHE Menal

Mémoire dirigé par :

Pr MORTAD-NEFOUSSI Lamia

Devant le jury composé de :

Dr Hamdad Sohbia, Présidente

Pr MORTAD-NEFOUSSI Lamia, Directrice de recherche

Dr Bensefghoul Hadjira, Examinatrice

Année universitaire : 2022/2023

Dédicaces

J'ai l'honneur de dédier ce modeste travail à : A la reine de mon cœur, la source de mes efforts, l'oxygène de ma vie, le trésor de mon cœur, mon âme sœur et mon bonheur : maman que j'adore.

A mon grand-père l'espoir de ma vie, mon éternel exemple, mon soutien, mon guide, source de ma confiance et mon bonheur, celui qui sacrifié toujours pour me voir à la hauteur, puisse Dieu le miséricordieux, vous accorder santé et longue vie et faire en sorte que jamais je ne vous déçoive.

Je dédié encore ce mémoire aux personnes les plus chers à mon cœur:

-Mes sœurs et mes amies et ma famille : ALLOUCHE Sarra, BELMILOUD Maria, AMRANE Nour, DERKAOUI Amina,

Et en fin, à toutes les personnes qui m'ont encouragé et qui ont participé à la réalisation de ce travail.

Remerciements

Tout d'abord, il est impératif de me prosterner devant le tout puissant Dieu et miséricordieux de m'avoir aidé et fournit toutes les capacités mentales, morales et physiques quant à l'accomplissement de mon cursus universitaire à terme, encore un grand merci à Dieu.

Je tiens à remercier évidemment tous ceux qui ont veillé de près ou de loin à l'instar de mes chers parents à qui le grand mérite leur revient.

Sans oublier mon encadreur Madame NEFOUSSI Lamia qui n'a ménagé aucun effort de nuit comme de jour de part de ses orientations, ses corrections et ses précieux conseils.

Sommaire

Introduction générale

Chapitre 01 : Le système d'information de l'entreprise

Section 01 : Généralités sur le système d'information

Section 02 : Rôle du SI au sein de l'entreprise

Chapitre 02 : La communication d'entreprise

Section 01 : Généralités sur la communication d'entreprise

Section 02 : Les types de communication d'entreprise

Chapitre 03 : Etude sur le terrain

Section 01 : Présentation de l'entreprise

Section 02 : Méthodologie de recherche.

Section 03 : Analyse des données et discussion des résultats.

Conclusion générale

Liste des abréviations

SI : système d'information

EPM: entreprise portuaire Mostaganem

SIRH : système d'information de ressources humaines

SIGP: système d'information de la gestion et de la production

SICF: système d'information comptable et financier

SICM: système d'information commercial et marketing

PGI : progiciel de gestion informatique

PGE : progiciel de gestion intégré

SPA: société par action

COM : communication

CI : communication interne

CE : communication externe

EPM : entreprise portuaire de Mostaganem

Liste des Figures :

Figure 01 : les systèmes d'informations dans l'organisation

Figure 02: la définition de l'ERP

Figure 03 : un système fondé sur des ressources et des pratiques de travail

Figure 04 : les fonctions d'un système d'information

Figure 05 : exemple sur le stockage par fichier

Figure 06: exemple de stockage par base de données

Figure 07 : les moyens de diffusion de l'information

Figure 08: les parties prenantes de l'entreprise

Figure 09 : l'audit de communication interne

Liste des Tableaux

Tableau 01: exemple de SI de ressources humaines

Tableau 02: exemple de SI de ventes et de marketing

Tableau 03: coefficient alpha de gr

Tableau 04 : Coefficient alpha de Cronbach

Tableau 05 : Répartition des Interrogés Selon Leur Sexe

Tableau 06 : Répartition des Interrogés Selon Leur Age

Tableau 07 : Répartition des interrogés selon leur poste occupé

Tableau 08 : Répartition des interrogés selon leur expérience

Tableau 09 :L'échelle de Likert à cinq points

Tableau 10 : Fréquences des répondants sur les types et stratégies de communication dans l'EPM

Tableau 11 : Fréquences des répondants sur la participation des employés

Tableau 12 : Fréquences des répondants sur les mécanismes de la communication

Tableau 13 : Fréquences des répondants sur la disponibilité du système d'information et de la technologie.

Tableau 14: Fréquences des répondants sur les fonctions du système d'information

Tableau 15 : Fréquences des répondants sur le rôle du système d'information dans l'entreprise

Tableau 16 : Fréquences des répondants sur le rôle du système d'information dans l'entreprise

Tableau 17 : Résultat de test 01

Tableau 18 : Résultat du test 02

Tableau 19 : Résultat du model 02

Liste des photos :

Photo 01 : Mostaganem- port 1960

INTRODUCTION
GENERALE

INTRODUCTION GENERALE

Depuis son existence l'homme a toujours eu besoin de communiquer avec autrui, un besoin qui l'a poussé à développer différents langages et moyens à travers le temps. Il lui permet d'exprimer ses besoins, d'échanger des idées et de transmettre des valeurs issues de sa culture.

Cette culture est considérée comme le facteur le plus dominant dans la communication, car c'est ce qui conditionne l'image que nous donnons quand nous communiquons avec les autres.

L'entreprise étant une personne morale, exprime aussi ce besoin de communiquer et agir avec des publics externes pour véhiculer son identité, ses valeurs et de valoriser ses produits pour des fins commerciales, en s'assurant que le message émis soit cohérent avec l'ensemble de ses objectifs. Mais aussi elle est un lieu de rencontre professionnelle et sociale de son personnel au niveau interne.

Explorer la communication des entreprises, marchandes et non marchandes, c'est insister d'abord sur le fait qu'il faut pour travailler en entreprise, communiquer à chaque instant, à tous les niveaux, sous toutes les formes.

La communication d'entreprise peut être définie comme la production d'informations sur le milieu interne et externe et comme la création d'interfaces.

Donc, afin d'avoir des informations fiables et performantes nous avons besoin d'un système d'information qui est l'élément central et fondamental du fonctionnement de toutes les organisations, qui est utilisé aussi pour s'efforcer de tout mettre en œuvre pour que les objectifs de l'organisation soient atteints.

Le système d'information est un ensemble constitutif d'éléments matériels ou immatériels en interaction entre eux, qui permettent de transformer les éléments d'entrée en sortie.

Aussi, il est un ensemble des méthodes qui permettant le traitement des informations au sein d'une organisation et dans son environnement, ayant pour caractéristiques principales la collecte d'informations, la mémorisation, le traitement et leur diffusion. Pour tout système d'information, l'information doit être

INTRODUCTION GENERALE

indispensable pour la compréhension et la maîtrise du fonctionnement de système étudié.

La fonction système d'information est le fruit de la diffusion de la technologie informatique dans les entreprises. Le recours aux technologies informatiques et numériques pour la gestion quotidienne est devenu indispensable. Les collectivités locales exercent une multitude de métiers, chacun nécessitant des applications à prendre.

L'objectif est de s'appuyer sur les nouvelles technologies pour rationaliser et dématérialiser les processus, et ainsi simplifier le travail des agents. Disposer d'un système d'information de qualité est une condition nécessaire, pour être performant assurer le partage des données, car c'est une question stratégique qui touche l'ensemble de l'organisation.

Ces 20 dernières années, les systèmes d'information ont profondément modifié la communication des entreprises et ont aussi multiplié les possibilités d'organisation du travail. Des théories et des concepts empruntés à l'économie et à la sociologie permettent de comprendre les changements apportés par les systèmes et les technologies de l'information.

Il nous apparaît en effet important de comprendre l'état de développement des systèmes d'information des entreprises avant de développer des discours globalisant sur les effets des technologies de l'information.

Pour bien mener ce modeste travail, nous avons adopté une étude descriptive et analytique, afin de décrire et d'analyser les résultats recueillis du terrain.

Quant à l'organisation de l'étude, cette recherche basée sur la communication d'entreprise et de système d'information notre recherche se compose de trois chapitres:

1. Chapitre 1: on a essayé de savoir la communication d'entreprise et de son importance et ses types.

2. Chapitre 2: définit le système d'information et ces niveaux dans l'entreprise.

3. Chapitre 3: C'est la partie empirique de notre recherche, qui se bifurque en trois sections.

Pour commencer, nous allons exposer les questions relatives au système d'information de l'entreprise.



Chapitre 01:
Le système d'information
de l'entreprise

Introduction

Dans le vocabulaire de management, l'expression « système d'information » est très souvent utilisée avec des acceptations diverses, et trop souvent l'accent est mis sur l'aspect technologique, pour évoquer des réalisations à base d'ordinateur et de réseaux. En réalité, la notion de SI est beaucoup plus riche que celle sous-entendue par ces définitions approximatives, qui privilégient généralement l'aspect spectaculaire des technologies de l'information. Un SI peut d'abord être vu comme un ensemble organisé de ressources (personnes, données, procédures, matériels, logiciels) permettant d'acquérir, traiter et de stocker des informations (sous forme de données, textes, images, sons), dans et entre des organisations.¹

La valeur de l'information sera résumée en fonction de sa pertinence pour prendre des décisions et entreprendre des actions. Il s'agit en fait d'information exacte, ponctuelle et détaillée et pertinente. Les caractéristiques conditionnent les résultats de chaque décision prise.

¹ROBERT R, Système d'information et management, France, Ed Vuibert, aout 2016, p70.

Section 01: Généralités sur le système d'information

1. Les types de système:

Il existe deux types de systèmes :

- a) **Système fermé** : C'est un système isolé de son environnement, où il n'y a pas d'échange d'information et de contact entre le système et l'environnement.
- b) **Système ouvert** : c'est l'opposé du système fermé, ce système est ouvert à son environnement, il y a échange d'informations, matériels et synergie avec l'environnement¹.

2. Les sous-systèmes d'information :

L'entreprise en tant qu'organisation est composée de plusieurs sous-systèmes:

2.1 Le système de pilotage : il est aussi dénommé le système de management, décision. Il englobe l'ensemble des éléments responsables de la gestion et de la conduite de l'entreprise et de ces moyens car c'est lui qui pilote le système opérant et qui fixe les objectifs et prend les décisions, il se base sur trois activités importantes:

- ☞ Réfléchir : adaptation à l'environnement.
- ☞ Décider : prévision, allocation, planification.
- ☞ Contrôler.

2.2 Le système opérant : c'est le niveau de production, des opérations de chaque service, chaque entreprise considérés. Il reçoit les informations émises par les systèmes de pilotages Il se compose de l'ensemble des ressources relatives à l'activité de l'entreprise (facturer les clients, régler les salaires, gérer les stocks...)

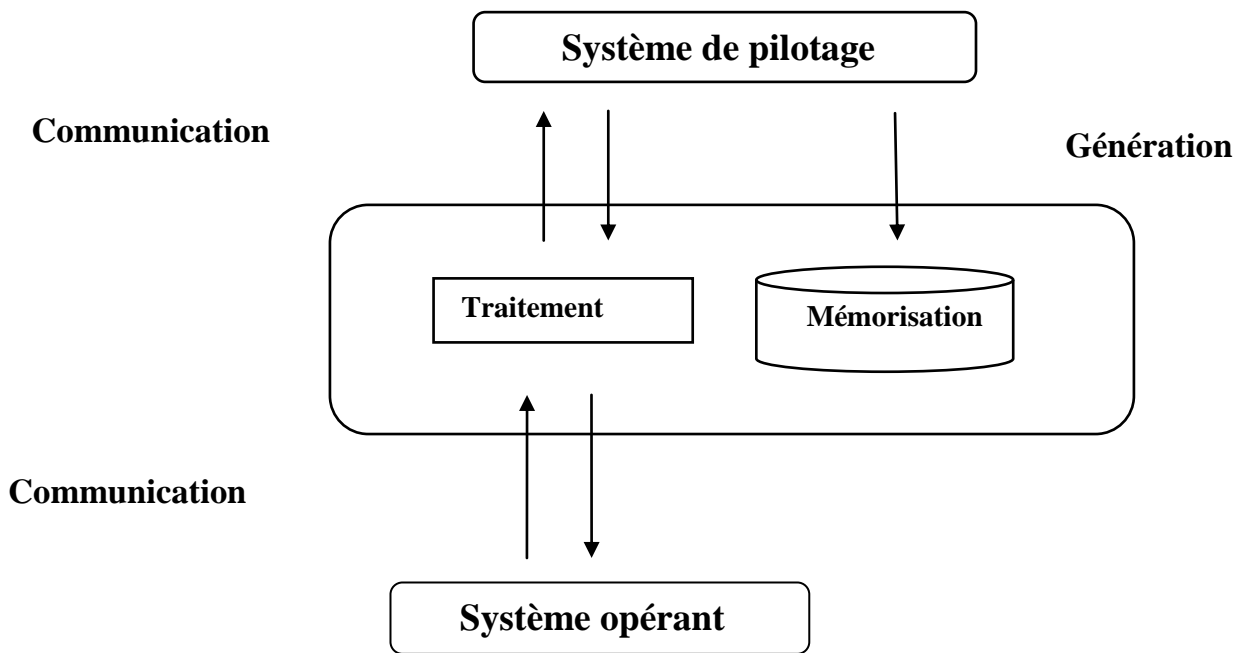
2.3 Le système d'information : il intervient entre les deux systèmes précédents, il apporte les informations opérationnelles nécessaires aux activités et les informations indispensables aux gestions (contrôle, ordres...)².

¹ Henri Briand, Jean Bernard camps, **les systèmes d'information analyse et conception**, , Paris, Dunod, 2eme édition, 1984, p 80.

² GUILLAUME Rivière, **Informatisation des systèmes d'information ESTIA**, 2^{ème} année, 2017, p. 13, cours du module système d'information disponible sur https://www.guillaumeriviere.name/estia/si/pub/SI_COURS-01_2012_introduction.pdf. Consulté le 23/01/2023 à 10 :20.

Les systèmes d'information dans l'organisation :

Figure 01 : les systèmes d'information dans l'organisation



Source : GUILLAUME Rivière, op.cit., page 12

3. Les niveaux d'un système d'information:

Il y a trois niveaux permettant l'analyse du système d'information de l'entreprise:

3.1 Niveau conceptuel: Il correspond aux finalités de l'entreprise en expliquant sa raison d'être. On traduit les contraintes et les objectifs de l'entreprise à travers un ensemble de règles de gestion (exemples: une commande est passée par un et un seul client; dès que les commandes clients sont reçues, on vérifie la disponibilité des produits en stock).

A ce niveau conceptuel, on élabore: un schéma conceptuel des données après avoir recensé les données du système d'information. Un schéma conceptuel des traitements dès que les traitements ont été récapitulés.

3.2 Niveau organisationnel: Il permet de définir l'organisation qu'il faut mettre en place pour atteindre les objectifs visés. On précise à ce niveau les postes de travail

Chapitre 01: Le système d'information de l'entreprise

(exemple: c'est le service commercial qui reçoit les commandes clients); la chronologie des traitements des informations (exemple: les commandes clients sont transmises au magasin dès 14 heures); le choix d'automatisation (exemple: les commandes sont saisies en temps réel). A ce niveau organisationnel, on élabore un schéma organisationnel des traitements.

3.3 Niveau opérationnel: il intègre les moyens techniques nécessaires. Il définit les matériels et les logiciels nécessaires¹.

4. Les différents types du système d'information:

4.1 Le SI de ressources humaines (SIRH):

Il s'occupe des tâches de la paie (salaires, leurs heures de travail, leurs encadrés, qualifications et diplôme) des déclarations sociales, de la gestion des personnels et des compétences. Les SI des ressources humaines sont responsables d'activités telles que le suivi des dossiers des collaborateurs actuels et la détermination de leur potentiel.

Au niveau stratégique, le SIRH identifie les besoins en main d'œuvre (compétence, type et nombre de poste...).

Exemple de SI de ressources humaines :

Tableau 01: exemple de SI de ressources humaines

Systeme	Description	Niveau d'organisation
Formation et développement	<ul style="list-style-type: none">▪ Suivi de la formation, des compétences et de l'évaluation du rendement des collaborateurs	Opérations
Analyse de la rémunération	<ul style="list-style-type: none">▪ Supervision de la fourchette et de la répartition des traitements, salaires et avantages	Gestion
Planification des ressources humaines	<ul style="list-style-type: none">▪ Planification des besoins en main d'œuvre de l'organisation à long terme	Stratégie

Source : LAUDON K, LAUDON J, **management des systèmes d'information**, Ed Eric Fimbel, 9^{ème} édition, France, 2008, p49

¹Michelle Gillet, Patrick Gillet, **Système d'information des ressources humaines**, édition DUNOD, Paris, 2013, p. 5.

4.2 Le système d'information de la gestion de la production (SIGP) :

Il est centré sur les activités de planification des moyens, de lancement de fabrication, d'achat et d'approvisionnement et de la gestion des stocks.

Il concerne les objectifs de fabrication à long terme, tels que l'emplacement d'une nouvelle usine ou l'investissement dans une nouvelle technologie de fabrication.

4.3 Le SI comptable et financier (SICF):

Lié à la gestion des documents comptables (cout de la production), l'élaboration des documents fiscaux, règlement et trésorerie, analyse des couts et gestion du portefeuille(les actions, les titres, les actionnaires...) pour établir des objectifs d'investissements et des prévisions à long terme pour l'entreprise.

4.4 Le SI commerciale et marketing (SICM):

Utilisé dans la gestion des comptes clients, des commandes, des livraisons, de la marque, la publicité et de la recherche et la prospection commerciale.

Ce système regroupe les données propres à chaque article vendu (code et description du produit, quantité vendu) pour une analyse plus affiné. Les managers de l'entreprise étudient des données de ventre pour piloter les activités commerciales.¹

Exemple de SI de ventes et de marketing :

Tableau 02: exemple de SI de ventes et de marketing

Systeme	Description	Niveau d'organisation
Traitement des commandes	▪ Entrée, traitement et suivi des commandes.	Opérations
Analyse des prix	▪ Détermination des prix des produits et des services	Gestion
Prévision des tendances de vente	▪ Préparation des prévisions de vente pour 5 ans	Stratégie

Source : LAUDON K, LAUDON J, op.citp47

C'est difficile de parler de SI fragmenté et partiel, toutes les entreprises développement c'est-à-dire un seul SI s'occupe de toutes les taches précédentes. On

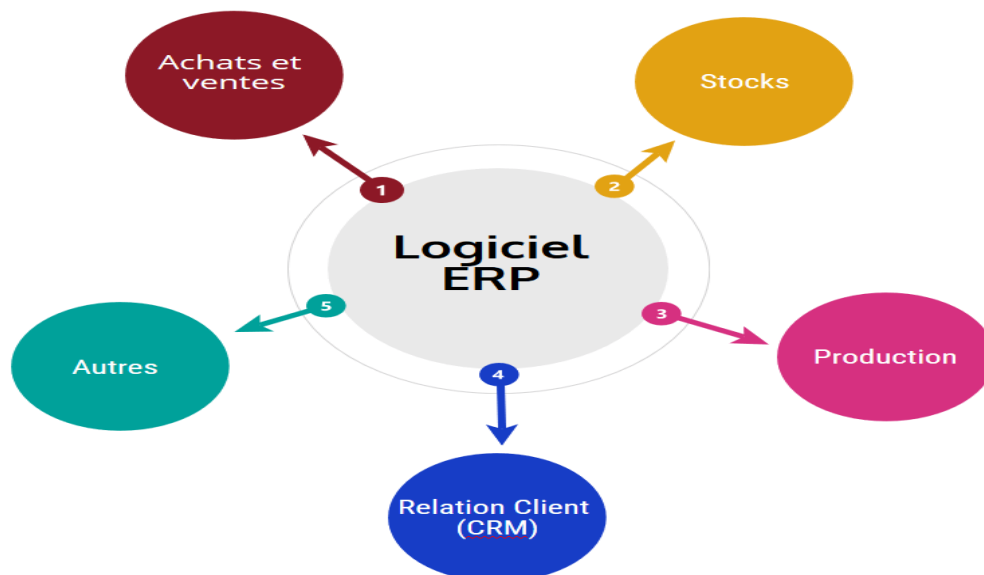
¹BENTALHA B, **Le système d'information : cour management** (juin 2020)[enregistrement vidéo] in Bentalha Badr, disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=pogq-ZvULgc>, consulté le 25/02/2023 à 23 :30.

parle de PGI (progiciel de gestion intégré) qui garantit le partage rapide de l'information.

La définition de PGI:

Le PGI ou bien le ERP (entreprise ressource planning), est un progiciel ou un système informatique proposés par des grandes entreprises comme SPA..., qui permet de gérer et optimiser l'ensemble des processus de l'entreprise processus CPL: commande, production, livraison) en basant sur l'ensemble des fonctions (gestion comptable et financière, les achats, gestion de stocks, approvisionnement..) afin de rendre son exploitation pertinente et cohérente.¹

Figure 02 : La définition de l'ERP



Source : <https://logiciel-crm.be/pages/erp-logiciel.html>

5-Le SI Organisé à partir de différentes ressources (les composantes):

Le système d'information est composé de toutes des informations de toutes les formes. Pour le traiter, il faut des moyens humains qui vont manipuler l'information à l'aide des moyens matériels constitués de l'ensemble des machines. à ceci va ajouter des outils de travail et des règles.

¹ BENCHAMRAK Group, JDN, mise au jour le 16/09/2019, <https://www.journaldunet.fr/web-tech/dictionnaire-du-webmastering>, consulté le 25/02/2023 à 20 :00.

Un SI regroupe différentes ressources :

5.1 Ressource des acteurs : Il n'y a pas de SI sans des personnes, ce sont soit des utilisateurs du système en interne (employés, dirigeants...) ou en externe (clients, fournisseurs...) pour la réalisation de leurs tâches, utilisent l'information produite par le système ou alimentent le système en données nouvelles, soit des spécialistes de construction des systèmes d'information (analystes, programmeurs...) dont le travail consiste à concevoir, développer, implanter les bases technologiques du système et assurer son fonctionnement.

5.2 Ressource des données: sous formes variées (chiffres, textes, images, sons), ces ressources essentielles matérialisent l'information détenue ou utilisé par l'organisation. Ces données traduisent soit des événements nouveaux (par **exemple** : une commande (client) soit des informations conservées pour être réutilisées (par exemple, un compte client). Ces données constituent la matière première des traitements, elles concrétisent des connaissances de l'organisation et elles sont un véritable actif, indispensable à son fonctionnement (par exemple, le fichier des clients).

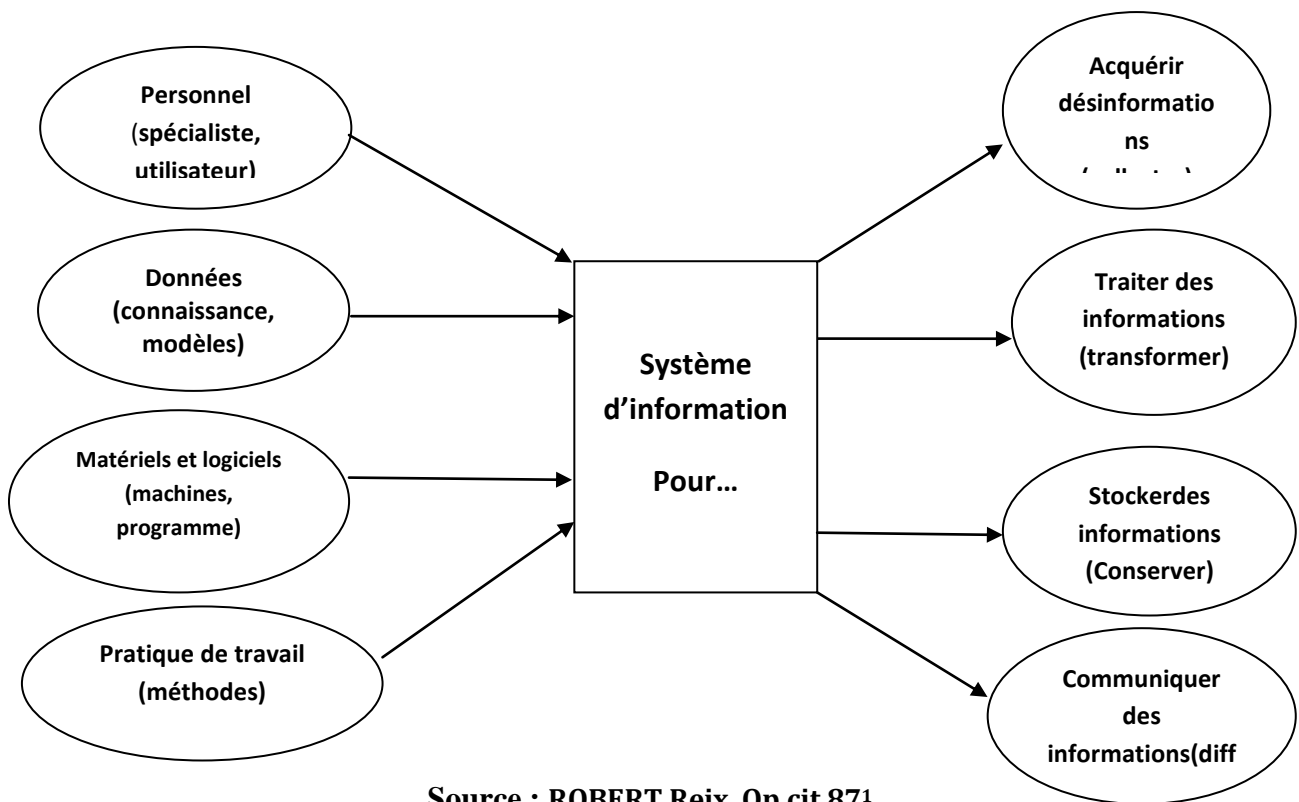
5.3 Des matériels et logiciels: Le SI repose dans la plupart des cas sur des technologies numériques: réseaux et différents types de terminaux, l'utilisation de logiciels, programmes enregistrés, commande le fonctionnement du matériel: le choix ou l'élaboration de ces programmes est un aspect majeur de la construction des systèmes d'information, car les programmes conservent les connaissances opératoires de l'organisation : ils constituent un répertoire de modèles pour l'action.¹

5.4 Des pratiques de travail: les pratiques réelles de travail, individuelles ou collectives, imbriquent des tâches automatisées et des tâches confiées aux personnes.

¹Robert Reix, Bernard Fally et Al, **système d'information et management des organisations**, Paris, Edition Vuibert, 2011,p18.

Un système fondé sur des ressources et des pratiques de travail :

Figure03 : un système fondé sur des ressources et des pratiques de travail

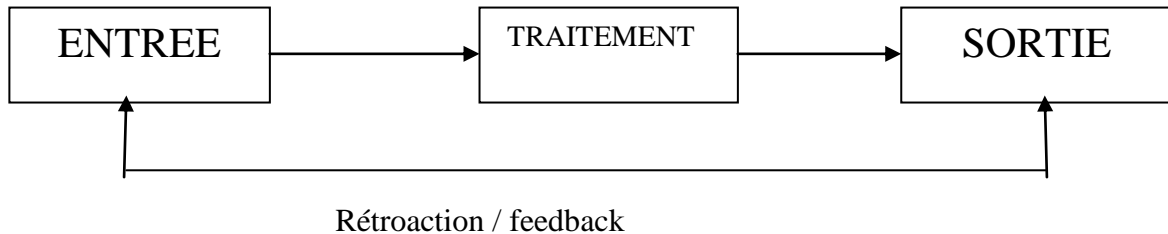


Section 02 : Efficacité et rôle du système d'information au sein du système d'entreprise

¹Robert Reix, Bernard Fally et Al, op.cit., p. 87

1. Les fonctions du système d'information :

Figure 04 : Les fonctions d'un système d'information



Source :Laudon K, Jane K, **Management des systèmes d'information** , Paris, 9^eédition, 2006 .p15

L'Entrée : est le processus au cours duquel les données brutes sont fournies au système en provenance de l'organisation ou de son environnement. Ce processus peut prendre des formes différenciées :

Le Traitement : est le processus qui transforme les données brutes pour leur donner un sens. Le traitement est une tâche qui recouvre de multiples facettes : calcul, comparaison, transformation.¹

1.1 Recueil de l'information (l'acquisition de l'information) :

Cette fonction correspond à différents types de tâches :

- collecter les informations (tâche dite d'écoute).
- tâche d'analyse
- il faut entrer ces informations dans le SI (tâche de saisie)

Les informations ont deux sources internes ou bien externes :

1.1.1 L'acquisition de l'information en interne

Le système d'information doit être alimenté par des informations des différents acteurs du système, ces informations correspondent à toutes les composantes de l'entreprise qui produisent de l'information : approvisionnements, production, gestion des salariés,

¹Laudon Kenneth, Jane Kenneth, **Management des systèmes d'information** , Paris, édition Pearson Education , 9^eédition, 2006 .page 15.

comptabilité, ventes... La plupart de ces flux sont parfaitement formalisés (existence de procédures bien définies) mais il existe également des flux d'information informelle (climat social, savoir-faire non formalisés...) qui sont par définition très difficiles à recueillir et à exploiter mais qui ont parfois beaucoup d'importance.¹

1.1.2 L'acquisition de l'information en externes

Ces informations proviennent souvent des partenaires externes (clients, fournisseurs, administrations...), l'entreprise doit être à l'écoute de son environnement qui génère de l'information pour anticiper les changements et adapter son fonctionnement. Pour faciliter l'accès de l'information il faut développer les moyens de communication (beaucoup plus interne) mais son exploitation est délicate (qualité et fiabilité des informations).

1.2 La mémorisation de l'information

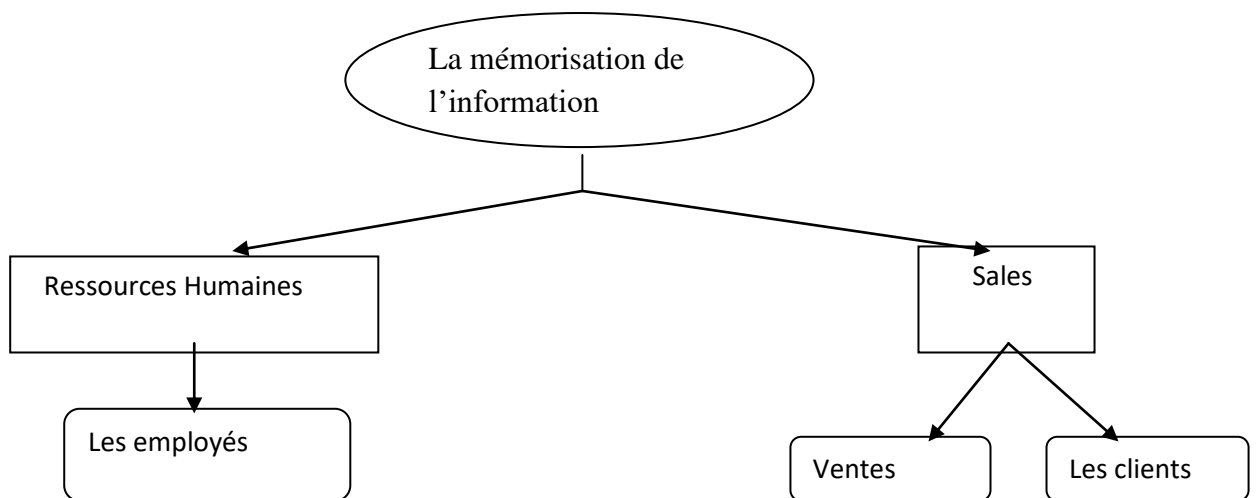
Une fois l'information collecté et saisie, il faut en assurer la pérennité par garantir le stockage durable et fiable de cette information par des moyens techniques et organisationnels. Aujourd'hui, le mode de stockage des informations le plus utilisé est le moyen fourni par les disques informatiques (disques magnétiques ou optiques: disques durs, CD, DVD, bandes et bandes, etc.), et le papier reste un support très utilisé en entreprise (conservation des archives papiers).²

Exemple sur le stockage par fichier :

¹Guillaume Rivière, **Informatisation du Système d'Information**, Ecole d'ingénieur ESTIA 2 èmeannée, Janvier 2013, p. 22.

² Ibid., p.24.

Figure 05 : Exemple sur le stockage par fichier

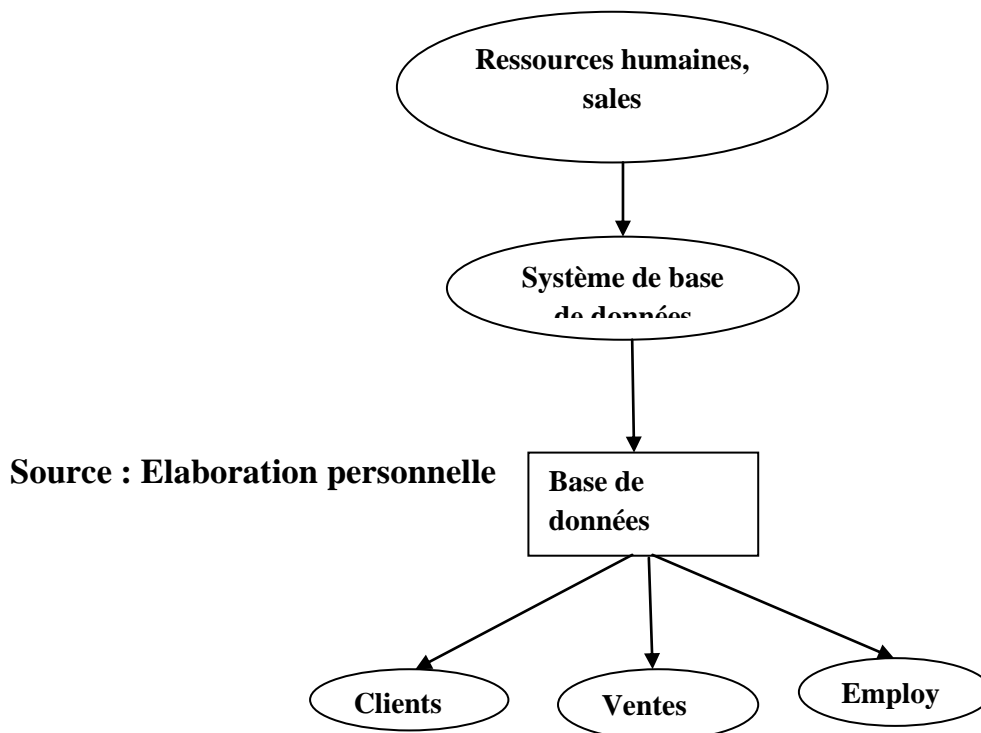


Source : Elaboration personnelle

Les informations stockées dans les ordinateurs le sont sous forme de fichier ou organisés afin d'être plus facilement exploitables sous la forme d'une base de données.

Exemple de stockage par base de données :

Figure06: Exemple de stockage par base de données



Source : Elaboration personnelle

1.3 Traitement de l'information (Exploitation de l'information) :

Chapitre 01: Le système d'information de l'entreprise

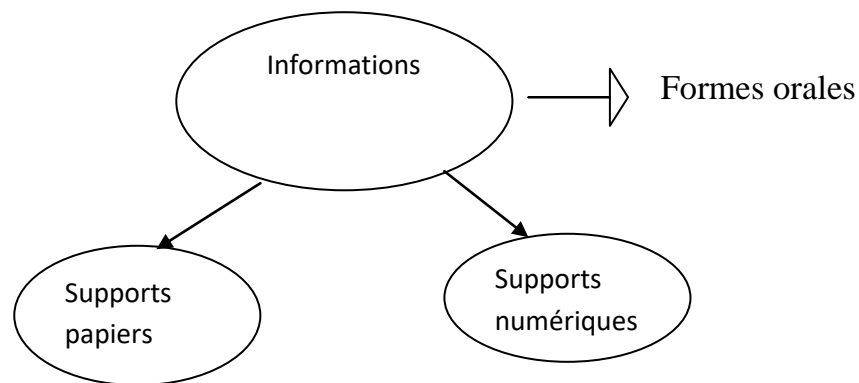
Pour être exploitable, il faut effectuer des traitements sur l'information (recherche, consultation, organisation, mise à jour et production). Les traitements peuvent être manuels (c'est de moins en moins souvent le cas) ou automatiques (réalisés par des ordinateurs). Les principaux types de traitement consistent à rechercher, consolider, comparer les informations entre elles, modifier, supprimer des informations ou réaliser de nouvelles par application de calculs.¹

1.4 Diffusion de l'information :

Il s'agit de parvenir l'information dans les meilleurs délais à son destinataire sous une forme directement exploitable. Les moyens de diffusion de l'information sont multiples : support papier, forme orale, et utilisation de supports numériques qui garantissent une vitesse de transmission optimale et la possibilité de toucher un maximum d'interlocuteurs.

Les moyens de diffusion de l'information :

Figure07: Les moyens de diffusion de l'information



Source : Elaboration personnelle

2. Rôle de système d'information :

¹Reix Robert, *Le système d'information et management des organisations*, France, 5^{ème} Edition le Seuil, p.60.

Le système d'information est le cœur de l'organisation interne, il gère l'information dans tous les niveaux et les fonctions de l'organisation, cette information est qui représente le moyen primordial pour la prise de décision, la coordination des activités de sous-systèmes et le contrôle. En effet, il détient un rôle de plus en plus important dans les organisations¹

De ce qui précède que ; il ressort que le système d'information constitue :

- L'instrument du couplage entre modules opérationnels et modules pilotes ;
- La mémoire de l'organisation ;
- L'instrument de la mise en forme des données.

2.1 L'instrument du couplage entre modules opérationnels et modules pilote au sein de l'organisation :

L'efficacité de la prise de décision et la rapidité de la réaction aux modifications des conditions de l'environnement, dans tous les domaines, dépendent de la qualité de ce couplage en terme :

- De rapidité de transmission de l'information
- La fiabilité des informations transmises, non-déformations par des bruits parasites
- De complétude de l'information. Il ne doit pas y avoir d'émission dans la transmission de données
- D'adéquation de l'information transmise par rapport aux besoins du destinataire ; chaque destinataire de l'information aura des besoins caractérisés par sa position hiérarchique et son rôle fonctionnel dans l'organisation.

2.2 La mémoire de l'organisation :

Une entreprise qui perd sa mémoire perd son histoire, son savoir et son savoir-faire. L'amnésie est aussi désastreuse chez un être social que chez un être humain. La créativité, permettant de résoudre les problèmes, étant fondée sur le raisonnement analogique, il est très important de capitaliser ses connaissances, pour accroître son potentiel comme le fait le cerveau humain. Malheureusement de nombreuses organisations ne sont pas structurées pour prendre en main correctement cette fonction de mémorisation, qui nécessite le stockage des informations, mais également leur mise à disposition en cas de besoin.

¹SLAOUITI A, , **méthodologie d'identification des systèmes d'informations pertinents**, la revue des sciences commerciales INC, numéro 01, 2002, p 111.

2.3 L'instrument de la mise en forme des données :

Pour que chacun dans l'entreprise possède l'information adéquate au bon moment, le système d'information doit non seulement faire circuler les données, mais les mettre en forme, conformément aux besoins de chaque destinataire. L'adéquation de l'information au destinataire doit prendre en compte sa position et son rôle dans l'organisation. Cela permettra à chaque acteur de répondre aux types de questions qu'il rencontre dans l'exercice de son poste de travail au bon moment.

La relation complexe entre information et organisation apparaît donc fondée sur un rapport dialectique. L'information permet d'informer l'organisation. L'organisation progresse et apprend. Elle va formuler de nouvelles demandes, qui vont permettre d'organiser l'information et d'approfondir le système d'information¹.

3. Qualités d'un système d'information informatisé :

Pour être efficace, le système d'information informatisé devra notamment assurer

- La rapidité et la facilité d'accès aux informations.

Un système trop lent ou complexe peut réduire la motivation et la capacité des utilisateurs et réduire l'efficacité ou l'importance des décisions. Par conséquent, l'entreprise a besoin de machines, de réseaux et de systèmes efficaces, faciles à utiliser et pratiques à utiliser et donc la vitesse pour que l'information circule doit être déterminée par un temps précis (toléré) pour que la décision et les actions à mener soient effectuées dans des délais compatibles avec le contexte concurrentiel, cette vitesse est variable en fonction de la nature de l'activité et la nature de l'information.²

- La fiabilité, la pertinence et l'intégrité des informations
Les informations doivent être sûres et fiables (qualité de l'information), le système doit fournir des informations à jour. Il est important de noter que cette caractéristique est liée à la vitesse des saisies. Côté machines, le système doit être disponible quand on en a besoin.
- la sécurité et la confidentialité des informations.

La sécurité du système est assurée par des appareils qui permettent de sauvegarder régulièrement les données. Si le système est critique, on utilisera des machines à tolérance de panne élevée.

Le système doit être protégé de la tromperie et des braquages extérieurs grâce à des dispositifs matériels ou logiciels (identification, anti-virus, détecteurs d'intrusion...).

¹GILLET M, GILLET P, **Management des systèmes d'information**, Ed 5, France, Dunod, 2009, p.27

² Michelle Gillet, Patrick Gillet, **SIRH-Système d'information des ressources humaines**, Paris, édition Dunod, 2010, p 32.

La confidentialité des données est aussi un aspect important de la sécurité des systèmes d'information. Elle peut être assurée soit par des moyens matériels (lecteurs de cartes, d'empreintes...) soit par des moyens logiciels (identification, les bases de données...).¹

- Diffuser l'information au bon moment et aux bonnes personnes

4. Les valeurs du système d'information:

Nous distinguons trois catégories de valeurs du système d'informations:

4.1 Valeur patrimoniale Elle est liée aux ressources du système d'information de l'entreprise: matériel, logiciels et services fournis au profit des utilisateurs. Les mesures de ces valeurs doivent être effectuées avec des indicateurs qualitatifs et quantitatifs.

4.2 Valeur d'usage : elle repose sur l'utilisation des ressources informatiques dans les différentes directions. Ce sont les processus auxquels le système d'information contribue (processus métiers et supports de l'entreprise) reposant sur la bonne utilisation des systèmes d'information organisationnels.

4.3 Valeur d'échange : les différents partenaires de l'entreprise interviennent dans le cadre des systèmes d'information inter organisationnel. Et ces caractères sont le volume, la qualité des échanges électroniques et la nature de l'interaction.²

5. Les caractéristiques du système d'information :

5.1 Environnement externe : pour une entreprise tout système est ouvert et dépendant de son environnement.

5.2 La finalité du système : un système est conçu dans certain but.

L'autonomie : un système s'adapte et acquiert de l'autonomie par apprentissage permanent.

5.3 L'auto-organisation : un système est capable de sauto-organisé en adoptant son comportement, ses activités et ses composants à des situations variées.

5.4 Le temps opportun : le temps est envisagé ici dans sa double dimension historique et prospective.

¹ KHALIL Salim, Cours gratuit [en ligne].(mise au jour en 2010),www.cours-gratuit.com--cours-informatique-id3384, consulté le 24/02/2023 à 15 :45.

² DHIBA Youssef, **Modèle théorique d'évaluation de l'apport des systèmes d'information à la performance organisationnelle**, revue de contrôle et de la comptabilité et de l'audit, septembre 2012 N° 6, p.p 115-126

6. Quelques applications organisationnelles du SI :

Aujourd'hui le système d'information consiste à réaliser plusieurs opérations, plus particulièrement :

- L'alignement du SI avec la stratégie de l'entreprise
- La gestion des projets informatique
- Le schéma directeur informatique
- La gestion de la relation avec les utilisateurs

Actuellement, il est impossible de concevoir une stratégie commerciale sans s'assurer que le SI pourra mettre en œuvre la logistique physique et financière nécessaire. Toutes les actions se fond avec une application informatique pour produire et tracer les activités.

L'adaptation du SI à l'activité dépend des relations qui existent entre les utilisateurs et les acteurs en charge du développement des applications informatiques.¹

Conclusion

Au terme de cette première tranche théorique nous constatons que l'information est devenue un enjeu primordial, car elle permet de réduire l'incertitude et facilite la prise de décision, et elle est le fruit de la diffusion de l'information ainsi que de la technologie informatique. Sa maîtrise est une richesse dans un environnement aussi fluctuant et que les techniques de traitement de l'information ne cessent de se perfectionner.

Le SI au-delà de ses fonctions principales de traitement, de stockage et de communication de l'information devient un outil stratégique de conception, et ainsi un élément vital pour l'entreprise.

Le système d'information joue un rôle principal dans l'entreprise, c'est ce que nous avons retenu dans ce chapitre.

¹ David Autissier Valérie Delaye, **Mesurer la performance du système d'information**, Paris, Editions d'organisation groupe Eyrolles, 2008, p.53

La communication d'entreprise

INTRODUCTION :

La communication est un processus de mise en commun de l'information dont l'objectif primordial est de faire passer un message (une information, une connaissance, une émotion, une personnalité...Etc.) et d'embrasser une relation de dialogue. Elle se base sur un échange logique entre un émetteur et un récepteur qui sont deux individus complexes, introduits dans un contexte, dans un lieu, à un moment donné, dans le cadre d'une situation spécifique.

Les bébés ont besoin de communication pour survivre. Le lait et le sommeil ne suffisent pas, et elle est aussi un élément indispensable à la vie.

La communication des organisations est un domaine assez vaste, puisqu'il existe plusieurs façons de communiquer, aussi bien sur l'entreprise qu'au sein de l'entreprise.

Section 1 : Généralités sur la communication d'entreprise

1- Définition de la communication :

Selon le dictionnaire Larousse (2008), c'est l'action de communiquer, d'établir une relation avec autrui. Mieux, c'est le fait pour quelqu'un, une entreprise d'informer et de promouvoir son activité auprès du public, d'entretenir son image, par tout procédé médiatique. Dans cette étude, la communication relève du domaine institutionnel.

Elle désigne le procédé par lequel l'institution communique à l'interne d'une part et avec le public externe d'autre part pour non seulement faire connaître ses services mais aussi pour soigner son image.¹

La communication recouvre l'ensemble des interactions avec autrui, ou le fait d'être en relation avec quelqu'un: cherchant à convaincre, à séduire, à influencer autrui, transmet des ordres et des interdictions. Elle désigne aussi le contenu de ce qui est communiqué, contenant un ensemble des moyens et de techniques qui permettent la diffusion d'un message.²

La communication permet l'échange d'informations entre les personnes (échange interpersonnel), mais aussi à travers notre société par le biais des acteurs de la communication entre émetteur et destinataire, elle établit donc le lien qui permet aux sociétés d'exercer et de fonctionner.³

¹Le dictionnaire le petit Larousse illustré, 2008.

² Bruno Joly, **la communication : Le point sur marketing**, Bruxelles, Editeur de Boeck supérieur, 1ere Edition, 2009, p.7

³ Richard ARCAND, Nicole Boudreau, **La communication efficace : de l'intérieur aux moyens d'expressions**, Paris, Editeur de Boeck, 1998, p.13

La communication est l'action qui permet de transmettre, d'informer, grâce à l'expression verbale, elle utilise de nombreux signaux mimiques ou gestuels ainsi que des techniques nouvelles et nouveaux supports informatiques, mobiles, numériques ...

Ce processus dynamique par lequel un individu établit une relation avec quelqu'un, permet de transmettre des informations, des idées, des connaissances, des émotions, aussi bien par la langue orale ou écrite que par un autre système de signe : gestes, musiques, dessins...etc.

Ainsi, l'entreprise dispose de moyens et de techniques lui permettant de véhiculer ces informations, se présenter elle-même, son activité et ses produits. Elle adopte des stratégies de communication afin de pouvoir se développer.

Selon CLAUD ROY : « la communication est un processus verbal ou non par lequel on partage une information avec quelqu'un ou avec un groupe de manière que celui-ci comprenne ce qu'on lui dit. Parler, écouter, comprendre, réagir... constituent les différents moments de ce processus. La communication permet aux partenaires de se connaître, d'établir une relation entre eux. Cela peut entraîner des modifications d'attitude et de comportement. »

2- Le rôle de la communication :

On ne peut guère définir le mot communication sans citer son rôle.

En effet, la communication pour rôle de valoriser le produit, l'image, les performances d'une entreprise ou d'une institution, de mobiliser ses collaborateurs autour d'objectifs.

Elle relève soit de la direction générale lorsqu'elle est stratégique, soit de la direction commerciale ou du marketing lorsqu'elle est à vocation promotionnelle, soit des ressources humaines lorsqu'elle est interne.¹

¹D'ALMEIDA Nicole, LIBAERT Thierry, **Rôle et place de la communication interne**, dans : **La communication interne des entreprises**, Sous la direction de D'ALMEIDA Nicole, LIBAERT Thierry. Paris, Dunod, « Les Topos », 2019, p. 7-27. URL : <https://www.cairn.info/la-communication-interne-des-entreprises--9782100774845-page-7.htm> consulté le 04/01/2023 à 10:26.

Section 2 : Types de communication d'entreprise :

1- Les différents types :

Comme nous l'avons dit précédemment l'entreprise, communique par ses différents attributs. Ces attributs sont diffusés dans les différents types de communication.

Christian Schneider différencie cinq types de communication :

- i) **La communication commerciale** : où sont regroupées les fonctions de marketing, de publicité, promotion, relations publiques et de vente.
- ii) **La communication financière** : traitant des informations comptables et financières.
- iii) **La communication institutionnelle** : regroupant les fonctions de relations publiques, commandites, mécénat et de prise de position ou engagement social.
- iv) **La communication autre englobant** : toute communication qui varie en fonction d'un objet propre et qui n'entre pas dans l'une ou l'autre des catégories décrites précédemment.¹

Etre pris en compte dans le fonctionnement de l'entreprise est aujourd'hui la principale demande du salarié. C'est ce qui fonde ses besoins en matière de communication.

Cette prise en compte de l'individu se traduit par la mise en œuvre d'une communication où l'information est transparente, accessible et fluide.

La transmission de l'information sein d'une entreprise se fait de deux façons. Une au niveau interne, c'est-à-dire parmi les membres de l'organisation, les gestionnaires, les départements, les employés, etc. Une autre au niveau externe, avec tous les acteurs externes avec lesquels il est nécessaire d'avoir une relation.

2- Types de communication d'entreprise selon la cible:

En fonction de la cible, la communication peut être externe ou interne.

2-1 La communication externe :

La communication externe est au service de la construction de l'image et de la notoriété d'une organisation au regard de ses publics externes. Sa mise en œuvre permet à l'entreprise de se démarquer de la concurrence et de communiquer sur sa plus-value en tant qu'acteur économique via une stratégie dûment élaborée.

¹ Scheider Christian, **Communication, nouvelle fonction stratégique de l'entreprise**, Paris, Editeur J. Delmas et Cie, 1990, p.14

En tant qu'institution, l'entreprise est à la fois le sujet et l'objet de ses messages ; elle s'adresse à l'ensemble des personnes ou organisations, partenaires actuels de l'entreprise ou susceptibles de le devenir, ainsi qu'à tous ceux qui, à des degrés divers, peuvent influencer son fonctionnement, sa stratégie et son développement.

2-2 La stratégie de communication externe :

Avant de manifester ses projets à l'endroit de ses cibles, une organisation doit mener une réflexion profonde conduisant à l'élaboration d'une stratégie apte à régir l'ensemble de ses actions de communication, et donc de garantir une cohérence très forte entre les moyens déployés. ¹

Quelle que soit sa dénomination, les instructions créatives se composent toujours des trois rubriques principales suivantes : description de la cible (à qui l'on s'adresse), de l'objectif (les résultats que l'on veut atteindre) et du message (ce que l'on veut dire pour amener la cible à l'objectif).

Dans ce dessein, toujours selon ces auteurs, l'organisation doit :

- Analyser la situation et établir un diagnostic afin de mettre en avant ses forces et ses faiblesses.
- Définir son positionnement afin de se démarquer au sein d'un environnement de plus en plus concurrentiel.
- Déterminer ses objectifs pour orienter la stratégie d'entreprise et déterminer les moyens de communication les plus appropriés.
- Identifier ses cibles.
- Construire ses messages, lesquels doivent être calibrés selon ses cibles et objectifs.
- Choisir des moyens de communication pertinents pour communiquer de façon efficace.

Une fois la stratégie de communication externe définie, il faut pouvoir la traduire en un plan de communication, et ce, afin d'obtenir une vue d'ensemble des actions à entreprendre et leur chronogramme, des outils à déployer et des ressources nécessaires pour y arriver.

¹Virginie Barnier et Henri Joannis, **Marketing et création publicitaire**, 4^{ème} édition, France, Dunod, 2016, p 55.

2-3 La communication interne :

La communication interne est définie comme l'ensemble des actes de communication qui se produisent à l'intérieur de l'entreprise, ses modalités varient d'une organisation à l'autre. Chaque entreprise a ses propres habitudes, de la politique des portes ouvertes, des dialogues aux réunions périodiques...

La communication interne peut se définir dans un premier temps comme une déclinaison de la communication d'entreprise. Elle l'accompagne dans son projet économique, social et financier. Elle présente l'ensemble des flux d'informations et des échanges mis en œuvre par les salariés à l'intérieur de l'ensemble dans le but d'atteindre plusieurs objectifs. Une organisation fait souvent appel à ce type de communication pour faire connaître sa politique ainsi que ses décisions.¹

La communication interne comme étant l'ensemble des échanges d'informations qui s'établissent entre les acteurs d'une organisation pour leur permettre de travailler et d'évoluer ensemble. Domaine principal de la communication des organisations, la communication interne est une des déclinaisons de la communication d'entreprise ainsi que la composante d'un système global d'organisation des flux d'informations et des échanges visant un équilibre informationnel et relationnel. La particularité de la communication interne réside moins dans les techniques de communication utilisées que dans la cible visée (l'ensemble des salariés d'une entreprise) et dans les objectifs particuliers qui sont poursuivis. Selon les auteurs, l'objectif global de la communication interne consiste à gérer de manière optimale la « demande d'informations » et l'« offre d'informations » dans l'organisation. Les caractéristiques de la demande doivent être intégrées : demande évolutive dans le temps (en fonction des événements), variable selon les lieux et les contextes – tous les services ou établissements n'ont pas les mêmes besoins – et différente selon les populations (les attentes d'un ouvrier n'étant pas les mêmes que celles d'un cadre).²

La communication interne accompagne le projet socio-économique de l'organisation. Elle en présente les objectifs, en explique les modalités au personnel par des supports d'information adaptés. Elle apporte un appui opérationnel aux managers dans leurs rôles d'information, d'écoute, et de dialogue. Elle les aide à concevoir et à mettre en œuvre les plans de communications et en propose les outils de déploiement. Elle élabore la politique d'information interne et en pilote la réalisation.

Nous pouvons ajouter que la communication interne peut être exploitée comme un outil au service du management des ressources de l'entreprise, notamment l'humain.

¹ Nicole D'Almedia et Thierry Libaert, **La communication interne de l'entreprise**, 7eme édition ;dunod ,paris ,2014,p13.

² Éric Bizot, Marie-Hélène Chimisanas et Jean Piau, **la communication-BTS** ,2eme édition, 2016, p. 13

3- Les canaux de la communication interne :

La communication interne est un exercice délicat qui, pour décupler son impact sur les interactions entre les personnes et l'accès aux savoirs au sein d'une organisation, nécessite constamment des ajustements.

Dépendamment des contextes, des cibles et des objectifs, elle s'appuie sur différents canaux pour véhiculer ses messages, notamment :

- Les canaux oraux – Ils favorisent les échanges et permettent d'instaurer le dialogue entre les parties prenantes. Ce sont :
 - Les événements internes (conventions, séminaires, etc.).
 - Les réunions.
 - Les groupes d'expression.
 - Les entretiens individuels.
 - La formation du personnel.
- Les canaux écrits – Ils crédibilisent les messages et véhiculent l'esprit de cohésion en multipliant les représentations de ce qu'est l'organisation, et en identifiant ses acteurs. Ce sont :
 - La newsletter interne.
 - Le magazine d'entreprise.
 - Le livret d'accueil.
 - La boîte à suggestion.
 - L'affichage.
- Les canaux numériques – Ils fluidifient les échanges et permettent la transmission des messages en temps réel. Ils renforcent surtout l'interactivité et l'esprit collaboratif entre les équipes. Ce sont :
 - L'Intranet.
 - Le réseau social d'entreprise.
 - Les webinaires.

- Les réseaux sociaux traditionnels.¹

4- Les objectifs de la communication interne :

Le lien social et l'identité collective dans les grands groupes sont sacrément secoués par les transformations auxquelles ont conduit la globalisation et la montée de l'incertitude ces dernières années. Appelée à la rescousse pour recoller les morceaux, la communication interne devient un levier stratégique [...] Une nouvelle puissance émerge au sein des entreprises, celle de la communication interne. Elle n'est plus, comme il y a quelques années, un pouvoir délégué et mineur, celui de la promotion du président, orchestrant une information descendante, souvent périmée, en langue de bois, dans un journal interne connu pour être « la voix de son maître ». Elle est devenue récemment une actrice stratégique. Quelques chiffres, issus d'une étude récente, montrent le tempo : « En 2008, 58 % des dircoms interrogés rapportent directement à leur PDG, contre 48 % en 2007. Le taux s'élève à 62 % pour les entreprises de premier plan ». Cette nette progression augure une nouvelle façon de considérer la communication, non simplement comme un vecteur de vente, mais comme un véritable pilier de la stratégie de l'entreprise.

La communication interne est un véritable outil au service du management des ressources humaines de l'entreprise. Elle doit répondre à de nombreux objectifs, notamment :

- Informer les différentes entités au sein de l'entreprise.
- Motiver et fédérer les équipes.
- Engager et impliquer les équipes.
- Développer le sentiment d'appartenance.
- Améliorer la reconnaissance au travail.
- Contribuer au bien-être des salariés.
- Accompagner la conduite au changement.
- Favoriser le partage de compétences.
- Véhiculer et renforcer les valeurs et la culture organisationnelle.

¹ Valérie Perruchot Garcia, **Dynamiser sa communication interne**, 2eme édition, Paris, Dunod, 2016, p. 1

5- Les enjeux de la communication interne :

La communication interne est une fonction essentielle dans toute organisation, les enjeux que nous pouvons mettre en lumière se présentent de la manière suivante :

- Porosité entre communication interne et communication externe.
- Accompagnement de la transformation numérique.
- Nouvelles solutions émergentes
- Temps « court » et temps « long » conditionnent désormais le choix des outils, les messages et le rôle des différents acteurs.¹

6- L'audit de communication interne :

Conduire un audit signifie établir le diagnostic d'une situation dans une perspective de compréhension et de prise de décision. L'objectif global est de comprendre les caractéristiques d'une situation présente et de les intégrer dans la conduite d'un projet en cours. Les démarches d'audit sont aujourd'hui adoptées dans la plupart des domaines de l'entreprise : audit financier, audit informatique, audit commercial (étude de marché), audit social, audit de qualité, audit de communication.

L'audit est le point de rencontre de deux logiques (une logique de veille et une logique de gestion et de développement)².

L'audit de communication constitue l'étape préalable à l'élaboration d'une politique de communication. Il étaye la réflexion lorsqu'une entreprise décide de bâtir ou d'actualiser un plan de communication. Il est également utilisé comme outil d'évaluation régulier pour mesurer l'impact des actions, l'évolution de l'image et de l'opinion. Il peut être conduit en utilisant plusieurs outils : enquêtes quantitatives ou qualitatives, analyse documentaire, e-réputation.

À l'issue de l'audit, vous disposez de données factuelles pour mesurer les écarts entre ce que vous souhaitez, la façon dont vous êtes perçu par vos publics cibles et la manière dont vous communiquez (supports utilisés, fréquence, coût). Vous pouvez ainsi identifier la contribution de la communication dans la stratégie de l'entreprise et définir de nouvelles orientations³

¹ Éric Focquier et Éric Cannamela-Camel, **la communication interne**, nouveau «soft power », 2010, P114 .disponible sur <http://www.cairn.info/revue-l-expansion-management-review-2010-4-page-114.htm> consulté le 22/02/2023 à 20:15.

² Nicole d'Almeida et Thierry Libaert, **la communication interne des entreprises**, Paris, Dunod, 7eme édition 2014, p78.

³ Le précisent Gérard et Jezequel, **la boîte à outils de la communication**, collection Bào La Boîte à outils, 2019, p. 10.

Chapitr 2 : La communication d'entreprise

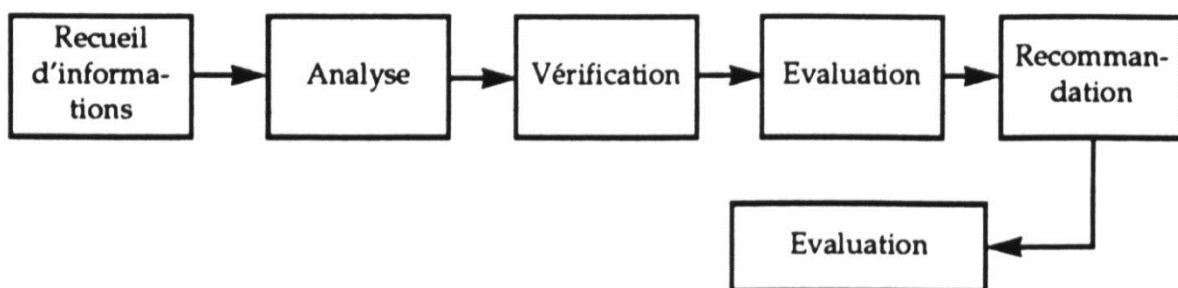
Pour réaliser l'audit de la politique de communication d'une entreprise, il faut :

- Définir un cahier des charges. Ce document précise les objectifs de l'audit, les grandes étapes, les méthodes de travail et le planning pour chacune des phases, ainsi que le budget et les modalités de restitution.
- Choisir la méthode : enquêtes qualitatives (entretiens en face à face ou entretiens de groupe), méthodes projectives (portrait chinois, photocollage, protolangage), questionnaires, etc. Les possibilités sont très variées.
- Recueillir les données : discours, opinions, points de vue, pratiques de communication auprès des parties prenantes (direction, cadres commerciaux, opérateurs, clients, prospects).
- Analyser, proposer des pistes d'amélioration. Les données recueillies permettent d'éclairer les résultats de l'audit précédent et la politique de communication. Les écarts sont mis en lumière et analysés pour proposer des pistes de progrès.
- Communiquer sur les résultats. Cette dernière étape est incontournable.

Trop d'entreprises négligent, en effet, de rendre compte des résultats des études qu'elles mènent. En interne, c'est le moyen le plus sûr de décourager les personnes interrogées qui ont le sentiment de ne pas être entendues ¹

L'audit se présente classiquement de la façon suivante:

Figure9 :l'audit de communication interne



Source : Elaboration personnelle

¹Le précisent Gérard et Jezequel, op.cit., p8.

Conclusion :

Dans ce chapitre nous sommes parlés sur le terme de communication et son rôle. Nous avons, par la suite, donné un aperçu sur la définition de communication d'entreprise, communication interne qui est au centre de notre intérêt, enfin nous avons détaillé dans le composant de communication interne. Maintenant, nous allons passer à l'étude empirique.

Chapitre 03 : L'étude sur le terrain

- Introduction :

Après avoir donné un aperçu théorique global de notre recherche et afin de répondre à notre problématique et confirmer ou non nos hypothèses, nous devons passer à l'étude pratique qui se fera par une enquête sur le terrain. A cet effet, ce troisième et dernier chapitre sera divisé en trois sections ; nous allons faire une petite présentation de la société dans la première, aborder la méthodologie et la conduite de la recherche dans la deuxième, et dans la dernière nous allons analyser et discuter les données obtenues de l'enquête et donner nos suggestions.

Section 01 : Présentation de l'entreprise

1- Historique du Port :

Avant 1833 la petite « Baie aux pirates » située entre la pointe de la Salamandre et celle de Kharrouba servait de Port aux pirates pour le partage du butin, d'où il prit le nom de Mersa El Ganaim qui a donné son nom à la ville de Mostaganem.

De 1848 à 1881, l'essor économique de la région fût tel que le premier débarcadère de 80 mètres de long établi en 1848 s'est allongé progressivement pour atteindre 325 mètres en 1881.

En 1882, est rédigé le premier projet d'aménagement du port, il est déclaré d'utilité publique en 1885. Les premiers grands travaux furent commencés en 1890 et achevés en 1906 d'où le premier bassin du Port prit naissance.

En 1941, la jetée Sud-ouest fût construite et entre la fin de l'année 1955 et le début de l'année 1959 il a été réalisé progressivement la construction de 430 mètres linéaires de quai date à laquelle le deuxième bassin a vu le jour.

Devant les impératifs de développement, le Port de Mostaganem a vu son trafic évoluer et subir des mutations profondes en fonction des besoins nouveaux.

Aujourd'hui, l'Extension du Port par la création d'un troisième bassin est devenue une nécessité absolue pour le Port, la ville de Mostaganem et son Hinterland.

Le développement du Port et la ville de Mostaganem vont de paire et il n'y aura guerre de répit dans cet accroissement dans une situation de nouvelles réformes économiques engagées qui conduisent le pays à une économie de marché.

Photo 01 : Mostaganem- port 1960



Source: documents internes de l'entreprise

2- Présentation de l'Entreprise

- **Entreprise Publique Economique/Entreprise Portuaire de Mostaganem EPE/EPM Spa**

Le port de Mostaganem est un port mixte, commerce et pêche, géré par l'Entreprise Portuaire de Mostaganem née de la restructuration du secteur portuaire algérien le 14 Août 1982 par décret exécutif n° 82-287 et érigée en Entreprise publique économique Société par actions.

L'Entreprise a hérité à compter du mois de Novembre 1982 les activités et moyens détenus par l'Office National des Ports O N P et de la Société Nationale de Manutention SONAMA dissoutes ainsi que de l'activité remorquage dévolue antérieurement à la Compagnie Nationale de Navigation CNAN.

Les missions essentielles dévolues à l'Entreprise portuaire restructurée sont :

- La gestion du domaine public portuaire, des installations spécialisées, l'exploitation et le développement du Port.
- Le monopole des opérations de manutention –acconage, des activités remorquage, pilotage et amarrage.

En date du 29 Février 1989, l'Entreprise Portuaire de Mostaganem a vu le passage à l'autonomie parmi les premières entreprises algériennes qui présentaient une situation financière équilibrée.

A cette date, il fût crée par acte notarié portant transformation de l'Entreprise publique à caractère socialiste en Entreprise Publique Economique société par actions inscrite au registre de commerce sous le n° 88.B.01, soumise au Code du commerce et au Code Civil conformément aux dispositions des lois 88-01, 88-03 et 88-04 du 12 Janvier 1988 portant textes législatifs sur l'autonomie des Entreprises et en application des décrets n° 88-101 du 21 Janvier 1988, 88-119 du 16 Mai et 88-177 du 28 Septembre 1988.

L'E.P.E- E.P.M Spa au capital de 25.000.000 de Dinars détenu en totalité par la SOGEPORIS, Société de Gestion des Participations de l'Etat " Ports ", dont le siège social est sis Quai de l'Indépendance, Port de Mostaganem.

La Société par actions E.P.E- E.P.M Spa a pour objet :

- La Gestion de l'exploitation et du développement du Port de Mostaganem.
- L'Exploitation de l'outillage et des installations portuaires.
- L'Exécution des travaux d'entretien, d'aménagement et de renouvellement de la superstructure portuaire.
- L'Elaboration, en liaison avec d'autres partenaires, de programme de travaux d'entretien, d'aménagement et de création d'infrastructures portuaires.
- L'Exécution des opérations d'acconage – manutention portuaire.
- L'Exercice des opérations de remorquage - pilotage – amarrage et autres.
- L'Exercice de toutes les opérations commerciales, financières, industrielles, immobilières se rattachement directement ou indirectement à l'objet social.

- **Entreprise de Gestion des Ports et abris de Pêche EGPPM filiale de l'EPM :**

En janvier 2004 fut créée l'Entreprise de Gestion des Ports et abris de Pêche de Mostaganem au sein du portefeuille de la SOGEPORTS sous forme de filiale de l'Entreprise Portuaire de Mostaganem. Cette entreprise est née en vertu de la réunion du Conseil du Gouvernement du 13 août 2003 consacré à l'examen relatif à la gestion des ports et abris de pêche et à la résolution n°02 du 22 Septembre 2003 du Conseil des Participations de l'Etat relative l'affectation des ports et abris de pêche à la Société de Gestion et Participation de l'Etat- Port / SOGEPORTS et à la résolution n°05 du 23 Décembre 2003 relative à l'évaluation et l'application de la résolution sur-visée et à l'Assemblée Générale Extraordinaire de l'E.P. Mostaganem du 20 janvier 2004 relative à la constitution de cette filiale.

Cette filiale assure la Gestion de l'activité de Pêche du Port de Mostaganem ainsi que celle des Ports de pêche de Sidi Lakhdar et la Salamandre en cours de réalisation.

3- Les points forts du Port :

- ✓ Le degré de conformité du service rendu par rapport aux attentes des clients

- ✓ La capacité de s'adapter aux besoins des clients les plus exigeants
- ✓ Le coût de passage portuaire réduit des navires et marchandises
- ✓ Le temps réduit de transit des navires, attentes des navires en rade et à quai
- ✓ Le degré de satisfaction de la clientèle
- ✓ Le tonnage manutentionné par jour et le taux de productivité journalière
- ✓ Politique sociale positive
- ✓ La capacité de faire face aux opportunités et aux contraintes de l'environnement
- ✓ L'investissement portuaire en progression continue sur les fonds propres de l'entreprise
- ✓ Dispositif sécuritaire renforcé et efficace visant une meilleure sécurité des biens et des personnes au niveau du Port.

4- Les fonctions administratives du port:

1- Direction des ressources humaines de la fondation et des moyens :

La direction des ressources humaines de la formation et des moyens est chargée de Prévoir, d'organiser, de coordonner et de contrôler l'ensemble des actions liées à la gestion des personnels, de la formation et des moyens généraux de l'entreprise.

Elle est structurée en trois départements :

a- Département du Personnel et de la Formation :

Supervise et contrôle l'application de la politique de l'entreprise en matière de gestion des personnels. Assure la gestion des personnels.— Prépare les programmes de formation et veille à leur application. Participe à l'élaboration du budget en matière de frais de personnel.

b- Département des Affaires Générales

Est chargé de la gestion de l'ensemble des approvisionnements de l'Entreprise en Produits et pièces détachées et des moyens généraux. Il veille au classement des archives conformément à la réglementation en vigueur.

c- Département des Affaires sociales et Culturelles

Chapitre 03 : L'étude sur le terrain

Le département des affaires sociales et culturelles est chargé dans le cadre de la réglementation en vigueur de la gestion des activités sociales et culturelles de l'Entreprise.

2- Direction comptabilité et finance:

La direction des finances et de la comptabilité participe activement à la définition des objectifs globaux et veille à leur adoption avec la politique financière de l'Entreprise qu'elle se charge d'exécuter. Elle élabore les procédures et système de gestion et cl' organisation et contrôle la mise en place de ces procédures pour assurer l'application par les différentes Chapitre III le port de Mostaganem et la logistique 65 directions de la politique financière. Elle procède régulièrement à l'enregistrement comptable des opérations financières, établit tous les documents exigés par la réglementation, Elle est chargée de la gestion du budget de l'Entreprise et des systèmes et plans informatiques.

Elle se compose des départements suivants:

a. Département comptabilité.

Il est chargé de tenir la comptabilité conformément aux règles du plan comptable national. Il se compose des services: - Comptabilité générale. - Comptabilité analytique.

b. Département finance.

Assure la gestion financière et tient les documents financières de l'Entreprise.

- Elabore le budget de l'Entreprise.
- Suit les imputations budgétaires et leurs ventilations

c. Cellule informatique

Cette cellule est chargée du développement de l'outil informatique au niveau de l'Entreprise sur la base d'un programme d'informatisation de la gestion de l'ensemble des activités de l'Entreprise. Elle assiste l'ensemble des directions pour l'élaboration de programmes spécifiques.

5- Les fonctions logistiques du port:

a- Direction de la capitainerie :

La direction de la capitainerie est chargée d'assurer:

Les mouvements de la navigation (entrée, sorties, déhalage ...).

La police et la sécurité dans les limites portuaires. Elle est structurée en deux départements.

b- Département mouvement de la navigation:

Ce département est chargé de la mise à quai des navires dans les meilleures conditions D'exploitation et de sécurité et du suivi administratif du personnel marin. Il assure l'entretien du matériel naval de l'entreprise. Il est composé d'une station.

c- Département police et sécurité:

- Il est chargé de l'application de la réglementation en matière de police, d'hygiène et de sécurité.

- Il veille à la protection de l'infrastructure portuaire.

Il est en outre chargé de la police de navigation, de la circulation, du stationnement et de la police de conservation du domaine public portuaire.

- Il est composé d'un corps d'officiers et de surveillants de port. ,

- Il est assisté de technicien supérieur et d'animateurs en hygiène et sécurité.

d- Direction de l'exploitation commerciale:

Est chargée de la gestion des opérations liées au transit des marchandises (Manutention et entreposage), du domaine portuaire, des installations spécialisées mis à la disposition des usagers. Elle suit l'évolution des techniques d'exploitation portuaire et cherche des moyens adéquats pour leur introduction efficace au sein de l'entreprise.

Elle est composée de deux départements:

- Département acconage.

- Département commercial.

- Cellule études et planification.
- Cellule marketing.
- Cellule contentieux.

e- Direction des travaux et de la maintenance (D.T.M) :

La direction des travaux et de la maintenance est chargée de prévoir, de suivre et de Contrôler les programmes de développement portuaire ainsi que la conservation et la restauration du patrimoine (infrastructure et superstructure). Elle est en outre chargée de la maintenance et de l'assainissement du port. Gère les contrats de marchés conclus par l'entreprise.

Elle est structurée en deux départements et Une cellule des marchés.

a) Département maintenance:

Le port de Mostaganem et la logistique Est chargé de la conception, de la coordination et du contrôle de toutes les Actions de conservation, d'entretien et de réparation du matériel ainsi que de la préconisation du renouvellement du matériel et des pièces de rechanges.

b) Département travaux:

Il est chargé de l'exécution et/ou de contrôle des projets de développement et d'aménagement du port ainsi que des travaux d'entretien. D'éclairage, réseaux divers et d'assainissement. Il suit tous les travaux de dragage, d'infrastructures portuaires exécutées par les travaux publics. Il est structuré en un seul service, assisté de deux chefs d'équipes (travaux et assainissement) et d'un contremaitre chargé de l'entretien du réseau ferroviaire du port.³²

³² Document interne de l'entreprise portuaire de Mostaganem.

4 Méthodologie de recherche :

➤ Justifications du choix du thème:

Le thème de ce mémoire a été choisi en fonction des raisons qui suivent:

1. Une influence positive de l'enseignant du module les systèmes d'information enseigné par Dr DAHOU en deuxième année du second cycle de ma spécialité, qui nous a montré l'importance de la communication et sa contribution au profit des entreprises et la société.
2. La volonté personnelle d'étudier ce type de sujet lié avec le système d'information
3. Le désir de comprendre et maîtriser le système d'information pour devenir un futur décideur, manager ou responsable performant et adéquat à son travail.
4. Ayant la conscience que ce sujet est très important pour ma spécialité : communication organisationnelle, grâce à sa nouveauté et son actualité.
5. Enrichir les données sur ce thème, car il a été constaté que peu de travaux académiques ont traité ce thème basé sur les principes de communication, notamment dans notre pays.

➤ Les objectifs de la recherche :

Le premier objectif de cette étude est de traiter le thème en question dans le souhait d'améliorer la performance de l'entreprise, à l'aide des outils modernes comme le système d'information basé sur les principes de communication.

L'autre objectif de cette étude vise à déterminer le rôle que joue le système d'information dans la communication dans le temps convenable, car la rapidité de l'apport de l'information joue un rôle prépondérant et positif dans la diffusion de l'information, car la rapidité et la certitude d'une information aide le manager à la prise de décisions en temps opportun.

➤ L'importance de la recherche :

Un système d'information est fondamental dans toute organisation souhaitant mener à bien sa stratégie d'entreprise. Il permet à l'organisation de coordonner ses activités et contribue à l'atteinte de ses objectifs.

La mise en œuvre de la communication dans l'organisation permet de garantir un processus durable et efficace de création de valeurs conformes à l'ensemble des parties-prenantes internes et externes et en respect des règlements légaux, des statuts internes et des principes éthiques.

Dans le cadre de cette recherche, les résultats obtenus montrent l'importance de la communication d'entreprise et comment la gérer, afin d'augmenter la croissance de l'économie, et montrant aussi comment le système d'information influence la communication d'entreprise.

➤ Pré-enquête :

L'étude d'enquête est connue comme les études initiales qui sont menées avant les études de base pour toute recherche scientifique. Étude préliminaire visant à déterminer les conditions et les circonstances de la recherche scientifique.

Étude exploratoire représentée dans cette recherche en regardant certaines sources scientifiques représentées dans les livres Thèses revues universitaires Laboratoires de recherche avec les autres alors que ces relations humaines n'ont pas été mises en évidence au sein de ses organisations et de la cohésion sociale, y compris la solidarité sous ses différentes formes et comment Articles de conférences et autres, le contenu de ces sources adresses Le contenu de ces sources traite à la fois l'impact du système d'information sur la communication des organisations.

À cette étape, 10 formulaires ont été répartis entre les chercheurs et deux entrevues ont été menées.

Après avoir constaté que ces chercheurs avaient répondu à toutes ces questions, l'étude de terrain visant le rôle de système d'information dans la communication d'entreprise portuaire de Mostaganem.

➤ Etudes antérieures:

Certaines études ont été élaborées qui nous ont inspiré à choisir cette thématique qui sont :

-MENANA Nekkhal, **Le rôle du système d'information dans le développement stratégique dans l'entreprise, cas société algérienne gestionnaire des réseaux transport de gaz**³³.

MENANA NEKKAL a traité une problématique sur l'importance occupe le système d'information vis-à-vis de la stratégie de l'entreprise ?

Le chercheur dans son travail examine le rôle que joue le système d'information efficace au sein d'entreprise a l'aide de plusieurs outils, dans le temps convenable, car la rapidité d'apport de l'information joue un rôle prépondérant, et positif dans la diffusion de l'information, car la modernité et la certitude d'une information

-Mohamed Hamich, **La gouvernance portuaire et le système d'information logistique**.³⁴

Le chercheur dans cet article essaye de montrer que les échanges d'informations sont stratégiques pour toute organisation. Dans le domaine du transport international, cet aspect est d'autant plus sensible qu'il est un des points névralgiques du fonctionnement, de performance et de compétitivité, et de montrer l'intérêt grandissant chez la communauté portuaire ainsi que Les différentes optiques pour la mise en place d'un système d'information portuaire.

➤ Commentaires sur les études antérieures :

Si nous voulons relier cette étude au sujet de notre recherche, il est évident de dire que la communication d'entreprise a un impact sur la gestion de bénéfices à partir d'un intermédiaire caché c'est le système d'information.

-Test sur une partie ou l'ensemble d'un questionnaire avant son administration à l'échantillon principal de l'EPM.

³³MENANA Nekkhal, **Le rôle du système d'information dans le développement stratégique dans l'entreprise, cas société algérienne gestionnaire des réseaux transport de gaz**, thèse de magistère, école doctorale d'économie et de management, 2014

³⁴Mohamed Hamich, **La gouvernance portuaire et le système d'information logistique**, Edition 2016 – Vol 1, N° 3, Revue des Etudes et Recherches en Logistique et Développement (RERLED), L'université Abdelmalek Essâadi. Faculté Poly-disciplinaire de Tétouan, Maroc

Et aussi on a utilisé l'observation et discussion afin d'évaluer la compréhension de la question selon différentes méthodes (Thinkaloud, probing, paraphrase, etc.)

But : Optimiser un questionnaire afin d'avoir des données de meilleure qualité.

➤ **La problématique :**

Le système d'information est important pour le rendement de l'entreprise, afin d'améliorer sa performance et donner des informations fiables. Et il est aussi l'un des principaux piliers sur lesquels repose l'entreprise grâce à leur soutien. Toutes les organisations cherchent à se développer, donc elles doivent faire une bonne communication pour prendre de bonnes décisions. Pour ce faire, le SI joue un rôle important au sein des organisations, il est même indispensable à leur fonctionnement.

Un SI performant permet à une entreprise d'optimiser ses processus, de sous-traiter des tâches à faible valeur ajoutée, d'améliorer la relation client, de mieux communiquer et d'améliorer la productivité.

Il est considéré par R. Reix et al. comme ayant un objet triple dimensionnel, à savoir :

- "Une dimension informationnelle : manipulation et production de l'information ;
- Une dimension technologique : utilisation des technologies (matériels et logiciels);
- Une dimension organisationnelle : composée des individus, des procédures de travail, une coordination, des partenaires."³⁵

Dans cette optique, nous avons formulé notre question de départ comme suit:

Quel est le rôle du système d'information dans la communication des organisations, cas de l'entreprise portuaire de Mostaganem?

Afin de répondre à cette question, nous pensons qu'il est important qu'elle se décline en quelques questions secondaires en vue de la clarifier, l'appuyer et faciliter son traitement :

³⁵ Yvon Pesqueux, **Système d'information et organisation**, Hal open science, 2020, p.p. 1-25, <https://shs.hal.science/halshs-02560339/document>, consulté le 16/06/2023 à 15h25

- Quel est le rôle de SI dans l'entreprise ?
- Existe-t-il une relation entre le SI et la communication?

➤ **Les hypothèses :**

Considérées comme une réponse provisoire aux questions posées, et vu la nature déductive de notre étude, nous nous sommes émis les hypothèses suivantes :

H1: Le système d'information renforce la communication dans l'entreprise portuaire Mostaganem.

H2 : le système d'information influence la communication dans l'entreprise.

Pour tâcher de répondre à la problématique posée et à ses questionnements, nous avons opté pour un raisonnement déductif qui consiste à formuler des hypothèses afin de déduire des conséquences observables permettant d'en déduire la validité, en allant du général au particulier, afin d'affirmer ou infirmer les hypothèses établies, par cette section qui traite notre approche méthodologique en matière de collecte de données et d'informations.

Les données collectées sont supposées donner des réponses adéquates aux questions soulevées dans cette recherche, y compris la justification des techniques choisies pour la collecte, l'interprétation et l'analyse des données utilisées dans cette étude. A cet effet, la discussion dans cette section sera basée sur les éléments suivants : les objectifs de la recherche, la conception de la recherche, l'approche de la recherche, les sources de collecte des données ainsi que la population de l'échantillon pour l'étude, l'acquisition des données, qui décrit la structure et l'administration des questionnaires et la méthode d'analyse des données déployée.

➤ **Les concepts :**

- a) Définition de l'impact : C'est le travail de l'esprit qui s'applique à apprendre quelque chose ou à approfondir la connaissance³⁶
- b) Définition de l'information: Parmi les définitions de l'information, l'information est une connaissance du monde recherchée par personnes afin de satisfaire leurs besoins psychologiques et sur la base sur laquelle ils peuvent agir ou prendre des décisions.³⁷

³⁶ Le Petit LAROUSSE 2007 ILLUSTRÉ. Dictionnaire Français, éd. Française Juillet 2006.

c) Définition de système: Un système est une collection de composants qui interagissent ensemble et peuvent être considérés comme collectivement entreprendre un objectif commun. Les systèmes peuvent être des systèmes fermés n'ont aucune interaction au-delà d'eux-mêmes ou des systèmes ouverts qui interagissent et changer leur environnement (au-delà de leurs propres frontières).

d) La définition de système d'information:

Le système d'information est des processus qui collectent des données structurées conformément aux besoins d'une organisation, et ces informations sont stocker, traiter et collecter, mémoriser, diffuser l'information pour les activités de management et de contrôle qui jouent le rôle le plus important dans le processus de décision.³⁸

« Ensemble organisé de ressources : matériel, logiciel, personnel, données, procédures... permettant d'acquérir, de traiter, de stocker, de communiquer de informations (sous forme de données, textes, images, sons...) dans des organisations».

Le SI comporte deux dimensions : « celle de l'organisation qui se transforme, entreprend, communique et enregistre les informations, puis celle du système informatique, objet artificiel conçu par l'homme qui permet l'acquisition, le traitement, le stockage, la transmission et la restitution des informations au service de la gestion de l'entreprise étendue » .

Le système d'information est un ensemble des ressources : matériel, logiciel, personnel, données, procédures...qui va nous permettre d'acquérir, de traiter, stocker, communiquer des informations (sous formes données, textes, images, ..) dans des organisations.

Le système d'information est constitué des informations organisées, d'événements ayant un effet sur ces derniers et d'acteurs qui travaillent sur ces informations, selon des processus visant une finalité de gestion et utilisant les technologies de l'information.³⁹

e) Définition de la communication d'entreprise :

Dans le monde de l'entreprise, la communication est un des moyens mis en œuvre pour atteindre des objectifs fixés préalablement.

En effet, La communication de l'entreprise se définit comme une approche globale de l'ensemble des communications. Elle recherche la cohérence entre le contenu des

³⁷ CORNFORD.T, SHAIKH.M, **Introduction to information systèmes**, London, 2013, p3_10.

³⁸ GUILLAUME R, **informatisation des systèmes d'information ESTIA**, 5ème année, 2013, p 13

³⁹ CHANTAL Marley, **management d'un projet système d'information**, Ed 6, Paris, 2008, p13_17

messages, la réalité de l'entreprise, des marques et des produits ainsi que les objectifs qu'elle poursuit.

La communication globale engage notamment une démarche stratégique afin de construire une image forte et tente d'avoir la confiance des différents publics, cette image qui est souvent l'élément capital de différenciation des organisations, des marques, des produits. Elle permet d'orienter les attitudes (favorables), attirer les publics et de les fidéliser.

La communication en entreprise a pour objectif de développer le chiffre d'affaire de l'entreprise, en développant différents types de communication Selon sa complexité, afin de valoriser l'image de l'entreprise.⁴⁰

f) Définition de la communication :

La communication recouvre l'ensemble des interactions avec autrui, ou le fait d'être en relation avec quelqu'un: cherchant à convaincre, à séduire, à influencer autrui, transmet des ordres et des interdictions. Elle désigne aussi le contenu de ce qui est communiqué, contenant un ensemble des moyens et de techniques qui permettent la diffusion d'un message.⁴¹

g) Définition de l'entreprise :

Une entreprise est une organisation technique et économique. Elle est une organisation technique puisqu'elle produit des biens et services à partir des ressources à sa disposition. Elle est une organisation économique puisque sa finalité est de produire des bénéfices.

Dans une entreprise, il y a trois principales catégories d'acteurs : les apporteurs de capitaux, les dirigeants et les salariés. Ces trois acteurs principaux mettent tout en œuvre pour atteindre les objectifs assignés à l'entreprise.

D'après l'approche systémique de Ludwig Von Bertalanffy (1951), une entreprise est un système puisque qu'elle est composée de différentes fonctions, services et ressources humaines en permanente interaction, travaillant pour des objectifs communs, malgré leurs divergences et contradictions.

Une entreprise est toujours ouverte à son environnement externe, lequel constitue pour elle, une source d'opportunités à saisir, mais également une source de menaces risqué,

⁴⁰ Nicole D'ALMEIDA, Thierry LIBAERT, **la communication interne de l'entreprise**, Paris, Dunod, 7ème édition 2014, p.8

⁴¹ Bruno JOLY, **la Communication : le point sur marketing**, Bruxelles, éditeur : De Boeck supérieur, 1ère édition, 2009, p.7

car c'est dans son environnement externe qu'une entreprise arrive à commercialiser ses produits et service, à signer de nouveaux contrats, à gagner des parts du marché.⁴²

Les définitions Procédurales :

1. Le système d'information : est défini donc comme étant l'ensemble des flux d'information circulant dans l'organisation associé aux moyens mis en œuvre pour les gérer.

2. La communication : est le processus de transfert et d'échange d'idées, d'informations, de tendances et d'opinions entre une personne et une personne

Un autre ou un groupe et tout autre groupe de l'expéditeur au destinataire, au moyen de codes et différents signaux en fonction des moyens de communication, ainsi qu'en reconnaissant les besoins de public et la diffusion de l'information.

3. La communication d'entreprise : est le processus pratiqué par les travailleurs pour transférer et échanger des idées et des informations dans organisation, un processus d'interaction sociale à travers lequel des informations sont échangées entre tous les niveaux.

Dans l'institution, en s'appuyant sur divers moyens de communication.

4. Le SI : est un ensemble organisé de ressources techniques, humaines, requises par le traitement des informations nécessaires à la Stratégie et aux métiers de l'entreprise.

5. L'information : au sein d'une entreprise possède de multiples sources. Elles peuvent être internes comme les documents comptables et financiers, les documents sociaux, les notes de services, les informations concernant les salariés ou bien externe comme les médias, les factures, la publicité, les lettres.

L'information est donc considérée comme un outil de communication externe et interne, elle est très importante au sein des entreprises. L'information permet d'assurer la coordination des différents services qui composent l'entreprise. Elle contribue ainsi la cohésion sociale. Les entreprises doivent donc mettre en place des moyens qui vont lui permettre une bonne gestion de la masse d'informations qui circule en son sein.

6. Le système : ensemble d'éléments, matériels ou non, qui dépendent réciproquement les uns des autres de manière à former un tout organisé.

⁴²Von Bertalanffy (1951), *General system theory - A new approach to unity of science* (Symposium), HumanBiology, Vol. 23, p. 303-361.

7. L'entreprise : est la plus petite combinaison d'unités légales qui constitue une unité organisationnelle de production de biens et de services jouissant d'une certaine autonomie de décision, notamment pour l'affectation de ses ressources courantes.
8. l'impact est effet relatif à la puissance de la communication, c'est-à-dire les traces qu'elle laisse à celui à qui elle est adressée et suivant le but poursuivi par cette action (sensibilisation, formation, attitude) .

➤ **Méthode d'étude:**

Lors de la réalisation d'une étude scientifique, une approche proportionnée à la nature de le sujet étudié, l'étude entre nos mains était basée sur une approche descriptive visant à description et documentation des situations dans l'entreprise. C'est ce que nous cherchons en décrivant la condition de l'impact de système d'information dans la communication d'entreprise.

➤ **Approche théorique adoptée :**

La théorie fonctionnelle est définie comme un ensemble de concepts, de définitions et d'hypothèses qui nous donnent une vision structurée de son apparence en définissant la relation entre les variables de ce phénomène.

Elle a également été défini comme étant un format de discours exploratoire discrétionnaire composé de concepts, de définitions et d'hypothèses exprimant les relations entre deux ou plusieurs Des facettes apparentes peuvent dériver des hypothèses ainsi que vérifiables et erronées .

Ou c'est une forme théorique d'interconnexion seule dans laquelle les relations entre les parties forment ou sont un ensemble de concepts à travers lesquels sa relation se forme entre eux la perspective conceptuelle de la réalité du système social est connu pour être l'un des premiers chercheurs de la théorie fonctionnelle des chercheurs arabes est Ibn Khaldoun ,il est connu qu'il rassemble les systèmes dans un certain nombre d'unités pour former une plus grande harmonie dans les organisations.

Grâce à ces définitions, nous pouvons théoriser le groupe fonctionnel d'activités menées par la Fondation pour répondre aux besoins des individus et Répondre aux

aspirations de chacun au sein de son organisation pour atteindre ses objectifs. Puisque nos études sont centrées sur l'impact de système d'information dans la communication d'entreprise, dans le sens de la fonction du système d'information et leur rôle qu'il joue dans l'activation du processus de communication, la théorie d'étude appropriée est théorie fonctionnelle.

➤ **Technique de collecte d'informations :**

Nous avons opté pour l'usage du questionnaire dans cette étude. A la lumière de l'étude quantitative, notre principale technique de collecte des données est le questionnaire qui repose des questions et des témoignages, et qu'une fois analysé permet de clarifier et de mieux connaître une situation ou une action objet de l'étude.

Un questionnaire bien structuré est le gage d'un processus d'interrogation fluide et agréable pour les répondants, il constitue également la garantie d'un bon retour et d'une meilleure qualité des réponses.

➤ **Population, échantillonnage et échantillon :**

La population se définit « comme un ensemble d'individus ou d'éléments qui ont des caractéristiques communes et auxquels s'intéresse le chercheur. »

La population de notre étude est constituée par l'ensemble des employés de l'entreprise portuaire de Mostaganem.

Quant à l'échantillonnage, nous avons procédé à un échantillonnage non probabiliste accidentel, qui consiste à « un prélèvement d'un échantillon de la population de recherche à la convenance du chercheur. »

Enfin, l'échantillon sur lequel a porté la recherche a été constitué de 100 enquêtés, où il est défini comme « comme un ensemble de cas ou d'éléments choisis à partir d'un ensemble plus large, la population. »

➤ **Limites de la recherche :**

Les limites de la recherche temporelle, spatiale, objective et autre sont les caractéristiques claires du début de la recherche, de sa période d'extension et de sa fin,

et ce qu'elle contient de ressources humaines, de capacités matérielles, de ressources scientifiques, d'un champ pour mener la recherche, et un problème qui nécessite une recherche, et tout chercheur n'a pas la capacité de chercher dans tout, parce que les choses sont entrelacées dans ses enjeux, phénomènes, sujets, sciences, connaissances, culture, civilisations, problèmes et variables, donc le chercheur doit définir les paramètres des limites de sa recherche, sinon il se retrouvera face à des sujets et des problèmes qui ont un début et qui n'ont pas de fin.

Les limites de la recherche scientifique se divisent en trois grands types :

Les limites temporelles de la recherche scientifique désignent la période pendant laquelle nous avons étudié notre recherche (l'impact du système d'information sur la communication d'entreprise) à partir de début mars jusqu'au début d'avril 2023.

Les limites spatiales : dans la recherche scientifique désignent le lieu où nous avons mené la recherche et l'étude qui était dans l'entreprise portuaire de Mostaganem.

Limites objectives (humaines et qualitatives) :

Limites qualitatives : Ce sont les limites qui sont liées à la qualité et à la nature de la recherche scientifique, qu'il s'agisse de recherche théorique ou appliquée ou d'autres recherches, qui peuvent différer d'un domaine à l'autre et notre recherche d'aujourd'hui est une recherche appliquée .

➤ **Obstacles à la recherche :**

Toute recherche scientifique n'est pas exempte d'obstacles et de difficultés, et il ne fait aucun doute que tout chercheur qu'il soit débutant ou expert, doit faire face aux difficultés, que ce soit en les défiant ou en s'en éloignant d'elles autant que possible. Mais le vrai chercheur est celui qui défie tous les obstacles et les difficultés auxquels il fait face. Et parmi les difficultés que nous avons rencontrées figurent : le mauvais accueil par certains responsables lors du dépôt d'une demande de réalisation d'une étude de terrain dans l'établissement, et leur manipulation des rendez-vous.

➤ **La Conception de la recherche :**

La conception de la recherche est le plan à suivre pour réaliser les objectifs de la recherche et confirmer ou non les hypothèses.

L'étude a utilisé une méthode de conception de recherche quantitative puisqu'elle voulait solliciter des réponses d'un grand nombre de répondants. En utilisant une méthode de recherche quantitative, l'étude a fourni des réponses à partir de l'échantillon. L'étude a adopté une recherche descriptive-analytique.

La collecte de données dans cette recherche sera basée sur l'administration d'une enquête auprès des employés de l'EPM.

➤ **Type de questionnaire :**

Quintuple selon l'échelle de Likert pentagonale et il contient des questions fermées. Par ailleurs, nous pouvons justifier le choix de cet outil par deux principales raisons :

-Le questionnaire est l'un des outils les plus répondus relatifs à notre choix méthodologique, et qui facilite l'accès aux différentes informations.

-Le questionnaire permet aussi de réduire les distances et de gagner plus de temps.⁴³

➤ **L'analyse des données (interprétation des résultats) :**

Cette section présente les données obtenues à partir du questionnaire de recherche, discute ensuite des résultats de la recherche. Nous avons utilisé des tableaux et des graphiques pour présenter les résultats.

La section examine d'abord les statuts démographiques des employés : leur âge, leur sexe, le poste occupé et leur expérience, puis l'objectif général de l'étude, qui est de déterminer l'effet du système d'information sur la communication d'entreprise dans l'EPM.

Conformément au plan d'échantillonnage, 80 questionnaires ont été distribués.

⁴³ STEPHANE G, **Les enquêtes par questionnaire avec sphinx**, Paris, Editons Pearson, 2007, p.2

Chapitre 03 : L'étude sur le terrain

Après avoir reçu les questionnaires, une analyse approfondie a été effectuée. Sur les 80 questionnaires distribués au total, 70 ont été utilisés pour une analyse plus approfondie et les 10 questionnaires restants n'ont pas été retournés.

Section 02 : analyse des données et discussion des résultats.

1. Traitement des données

1.1 Fiabilité des échelles :

Avant de présenter les données issues du logiciel SPSS n°26il primordiale de tester la stabilité du questionnaire pour assurer la crédibilité et la fiabilité des résultats. Le coefficient Alpha Cronbach nous aide à déterminer dans quelle mesure les indicateurs potentiels d'une variable sont bien compatibles entre eux.

Les résultats calculés sur SPSS de ce coefficient se résument dans le tableau suivant :

Tableau n06: Coefficient alpha de Cronbach

La variable	Alpha Cronbach
Axe01 : Types et stratégies de communication	72.80 %
Axe 02 : la participation	81.80 %
Axe03 : les mécanismes de communication	83.60 %
Axe05 : la disponibilité de SI	60.80 %
Axe06 : les fonctions du SI	60.00 %
Axe07 : le rôle du SI dans l'entreprise	70.90 %
Axe08 : le rôle du SI dans la Communication	83.90 %
Total d'items du questionnaire	85.10 %

Source : Réalisé par nous même à partir de SPSS n°26

Compte tenu des résultats fournis par SPSS, on constate que l'analyse de fiabilité et la validité fournit un alpha de Cronbach de : 0, 818 pour la variable de laparticipation qui s'avère être bon, bon aussi les mécanismes de la communication un coefficient de : 0,836 qui s'avère être très bon, et 0.608 pour la disponibilité de SI, 0.600 pour les fonctions du SI qui sont faibles, et pour le rôle du SI dans l'entreprise est de 0.709 qui est bon, en fin un coefficient de 0.839 pour le rôle du SI dans la communication qui s'avère être très bon.

Chapitre 03 : L'étude sur le terrain

A la fin nous avons conclu que le questionnaire se caractérise par la fiabilité parce que le pourcentage est entre 0.6 et 0.98 qui sont de 0.851. En doit ne pas dépasser ces deux pourcentages.

1.2 Analyse Uni Varie des Renseignements Personnels

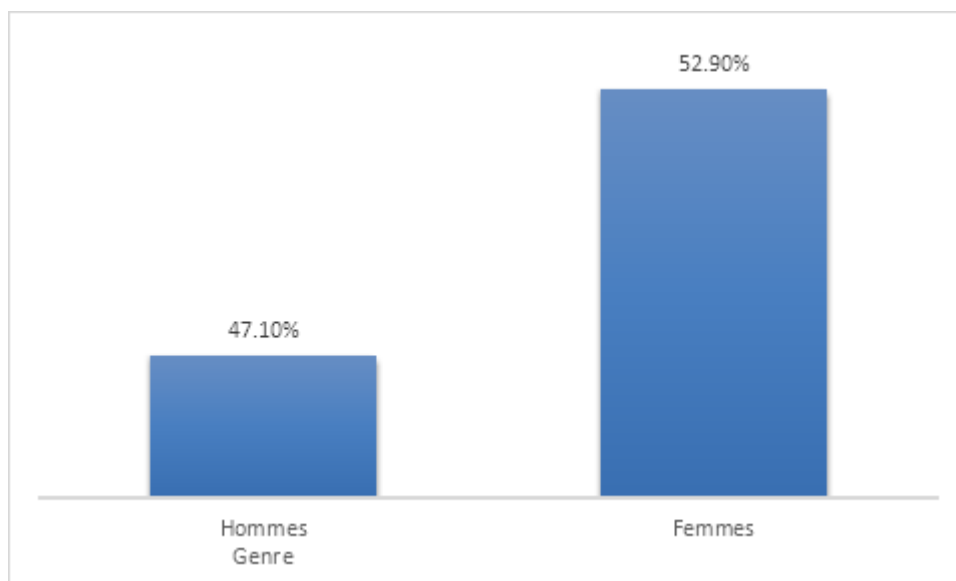
1.2.1 Répartition des Interrogés Selon Leur Sexe

Tableau n 7: Répartition des Interrogés Selon Leur Sexe

Genre		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulatif
Valide	Homme	33	43.4	47.1	47.1
	Femme	37	48.7	52.9	100.0
	Total	70	92.1	100.0	

Source : réalisé par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS-26

Graph 01 : Répartition des Interrogés Selon Leur genre



A partir de ce tableau n, on remarque que l'échantillon est dominé par les femmes avec un pourcentage de 52.9%, tandis que les hommes représentent 47.1%.

1.2.2 Répartition des Interrogés Selon Leur Age

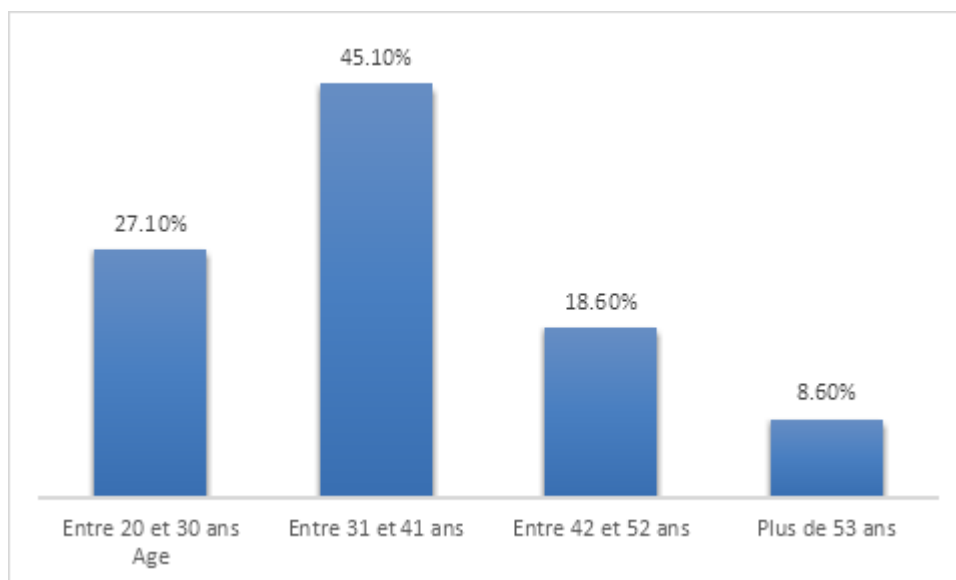
Tableau n8 : Répartition des Interrogés Selon Leur Age

Chapitre 03 : L'étude sur le terrain

	Age	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage Valide	Pourcentage Cumulatif
Valide	Entre 20 et 30	19	25.0	27.1	27.1
	Entre 31 et 41	32	42.1	45.1	72.9
	Entre 42 et 52	13	17.1	18.6	91.4
	Plus de 53	6	7.9	8.6	100.0
Total		70	92.1	100.0	/

Source : réalisé par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS-26

Graph 02 : Répartition des Interrogés Selon Leur Age



D'après le tableau, on remarque la majorité des effectifs réside dans la tranche d'âge entre 31 et 41 ans avec un pourcentage de 45.7%, suivi par les entre 20 et 30 ans d'un pourcentage de 27,1 %, quant à la catégorie entre 42 et 52 représente 18.7% de la population, tandis que la tranche moins de plus de 53 ans ne représente que 8.7% de la population.

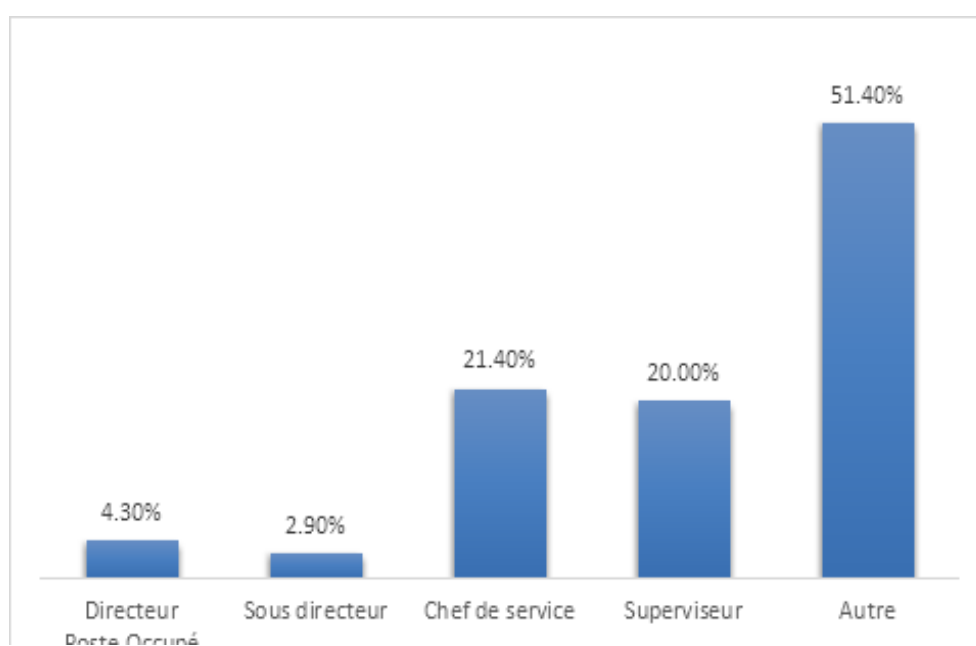
1.2.3 Répartition des Interrogés Selon Le poste occupé

Tableau n 9: Répartition des interrogés selon leur poste occupé

	Poste Occupé	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage validé	Pourcentage Cumulé
Valide	Directeur	3	3.9	4.3	4.3
	Sous-directeur	2	2.9	2.9	7.1
	Chef de service	15	19.7	21.4	28.6
	Superviseur	14	18.4	20.0	48.6
	Autre	36	47.4	51.4	100.0
	Total	70	92.1	100.0	/

Source : réalisé par nous-mêmes à l'aide de logiciel SPSS-25

Graph 03 : Répartition des Interrogés Selon Leur poste occupé



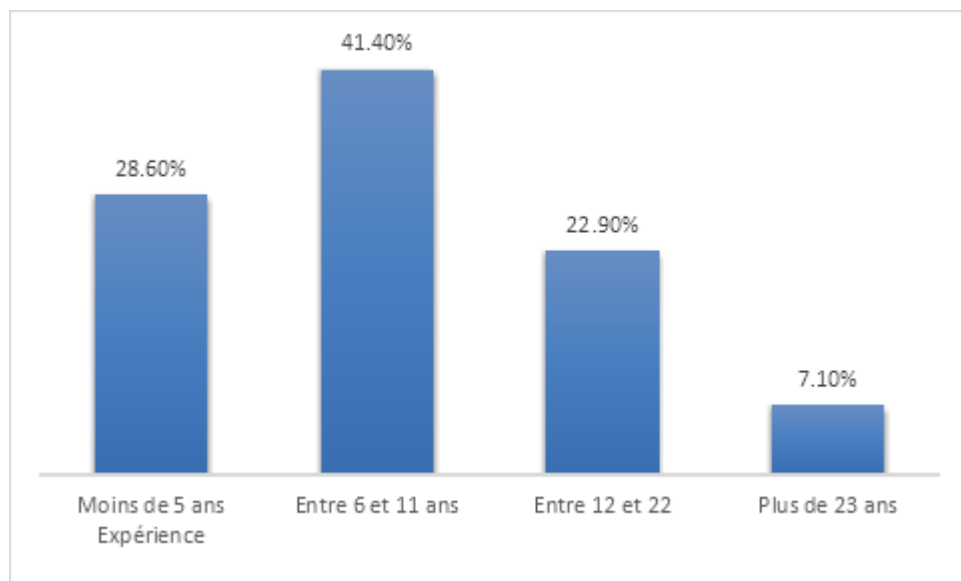
A travers ce tableau, on remarque que la catégorie dominante est celle des autres (simple employés...) avec 51.1%, suivi par les chefs service avec un pourcentage de 21.4%, en revanche les superviseurs représentent 20% de la population, tandis que les directeurs représentent un pourcentage de 4.3%, ainsi que les sous- directeurs représentent 2.9% de l'échantillon.

1.2.4 Répartition des Interrogés Selon Leur expérience

Tableau n 10: Répartition des interrogés selon leur expérience

Expérience		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage validé	Pourcentage cumulatif
Valide	Moins de 5 ans	20	26.3	28.6	28.6
	Entre 6 et 11 ans	29	38.2	41.4	70.0
	Entre 12 et 22	16	21.1	22.9	92.9
	Plus de 23 ans	5	6.6	7.1	100.0
	Total	70	92.1	100.0	/

Graph 04 : Répartition des Interrogés Selon Leur expérience



On remarque la plus longue durée est celle entre 6 et 11 ans avec un pourcentage de 41,4%, suivi par un pourcentage de 28.6% pour une période moins de 5 ans, en revanche un pourcentage de 22.9% pour une période entre 12 et 22 ans et à la fin une période de plus de 23 ans pour un pourcentage de 7.1%.

1.3 Echelle de Lickert

Une échelle de likert est un outil psychométrique permettant de mesurer une attitude chez des individus.

Tableau n 11: l'échelle de Likert à cinq points

Moyenne pondérée	Niveau
De 1 à 1.79	Pas du tout d'accord
De 1.80 à 2.59	Pas d'accord
De 2.60 à 3.39	Neutre
De 3.40 à 4.19	D'accord
De 4.20 à 5.00	Tout à fait d'accord

1.3.1 Fréquence des répondants

Tableau n 12: Fréquences des répondants sur les types et stratégies de communication dans l'EPM

Item	Fréquences	1	2	3	4	5	Std	M	Classement
1	Fréquence	3	1	4	20	42	.982	4.39	1
	Pourcentage %	3.9	1.3	5.3	26.3	55.3			
2	Fréquence	00	5	3	33	29	.837	4.23	2
	Pourcentage%	0.00	6.6	3.9	43.4	38.2			
3	Fréquence	0.00	2	6	43	19	.679	4.13	3
	Pourcentage%	0.00	2.6	7.9	56	25			
4	Fréquence	00	10	6	33	21	.983	3.93	4
	Pourcentage%	0.00	13.2	7.9	43.4	27.1			
	Total						0.87	4.17	

- Les résultats indiquent que 55.3% des employés ont répondu « tout à fait d'accord », puis 26.3% « d'accord », 1.3% par « pas d'accord », et 3.9% répondu par « pas du tout d'accord » enfin 5.3% « neutre ». La moyenne était de 4.39, ce qui signifie que le sens de la question était « tout à fait d'accord ». Écart-type a été estimé à 0,98, ce

Chapitre 03 : L'étude sur le terrain

qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, donc les employés échangent les informations entre eux.

- Les résultats indiquent que 43.4% des employés ont répondu « d'accord », puis 38.2% « tout à fait d'accord », 6.6% par « pas d'accord » et enfin 3.9% « neutre ». La moyenne était de 4.23, ce qui signifie que le sens de la question était « tout à fait d'accord ». Écart-type a été estimé à 0,837, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, et donc elle existe tous les types de communications dans l'entreprise.
- Les résultats indiquent que 56% des employés ont répondu « d'accord », puis 25% « tout à fait d'accord », 7.9% par « pas d'accord » et enfin 2.6% « neutre ». La moyenne était de 4.13, ce qui signifie que le sens de la question était « d'accord ». Écart-type a été estimé à 0.679, ce qui indique qu'il y a une moyenne dispersion et homogénéité des réponses, et alors l'entreprise adopte des stratégies spéciales pour communiquer
- Les résultats indiquent que 43.4% des employés ont répondu « d'accord », puis 27.1% « tout à fait d'accord », 13.2% par « pas d'accord » et enfin 7.9% « neutre ». La moyenne était de 3,93, ce qui signifie que le sens de la question était « d'accord ». Écart-type a été estimé à 0,983, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, et alors l'EPM s'appuie sur des canaux spéciaux pour véhiculer les messages.

D'après la moyen pondéré qui est de 4.17 le sens du premier axe était « d'accord », et l'écart type est de 0.78 cela signifie qu'il existe tous les types de communication.

Tableau n 13 : Fréquences des répondants sur la participation des employés.

Item	Fréquences	1	2	3	4	5	Std	M	Classe-ment
1	Fréquence	2	6	7	35	20	.997	3.93	3
	Pourcentage %	2.6	7.9	9.2	46.1	26.3			
2	Fréquence	00	14	8	28	20	1.079	3.77	4
	Pourcentage%	0.00	18.4	10.5	36.8	26.3			
3	Fréquence	00	2	8	38	22	.728	4.14	1

Chapitre 03 : L'étude sur le terrain

	Pourcentage%	0.00	2.6	10.5	50	28.9			
4	Fréquence	00	11	4	33	22	1.006	3.94	2
	Pourcentage%	0.00	14.5	5.3	43.4	28.9			
	Total						0.95	3.94	

- Les résultats indiquent que 46.1% des employés ont répondu « d'accord », puis 26.3% « tout à fait d'accord », 7.9% par « pas d'accord », et 32.6% répondu par « pas du tout d'accord » enfin 9.2% « neutre ». La moyenne était de 3.93, ce qui signifie que le sens de la question était « d'accord ». Écart-type a été estimé à 0.997, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, et alors il y a une représentation des travailleurs dans divers organes administratifs.
- Les résultats indiquent que 36.8% des employés ont répondu « d'accord », puis 26.3% « tout à fait d'accord », 18.4% par « pas d'accord » et enfin 10.5% « neutre ». La moyenne était de 3,77, ce qui signifie que le sens de la question était « d'accord ». Écart-type a été estimé à 1.079, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, donc les travailleurs participent à la prise de décisions et les stratégies de communications de l'entreprise.
- Les résultats indiquent que 50% des employés ont répondu « d'accord », puis 28.9% « tout à fait d'accord », 2.6% par « pas d'accord » et enfin 10.5% « neutre ». La moyenne était de 4.14, ce qui signifie que le sens de la question était « tout à fait d'accord ». Écart-type a été estimé à 0,728, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, c'est-à-dire que les travailleurs ont la liberté d'agir pour faire face aux problèmes qui ils rencontrent au travail.
- Les résultats indiquent que 43.4% des employés ont répondu « d'accord », puis 28.9% « tout à fait d'accord », 14.5% par « pas d'accord » et enfin 5.3% « neutre ». La moyenne était de 3,94, ce qui signifie que le sens de la question était « d'accord ». Écart-type a été estimé à 1.006 ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, c'est-à-dire les employés influencent la communication interne dans l'EPM.

Chapitre 03 : L'étude sur le terrain

La moyenne pondérée des questions est de 3.94 le sens du deuxième axe était « d'accord », et l'écart type est de 0.95 cela signifie qu'il existe la participation des employés dans l'EPM.

Tableau n 14 : Fréquences des répondants sur les mécanismes de la communication

Item	Fréquences	1	2	3	4	5	Std	M	Classe-ment
1	Fréquence	00	00	8	38	24	.641	4.23	2
	Pourcentage %	0.00	0.00	10.5	50.0	31.6			
2	Fréquence	00	1	11	37	21	.713	4.11	4
	Pourcentage%	0.00	1.3	14.5	48.7	27.6			
3	Fréquence	00	1	8	35	26	.717	4.09	5
	Pourcentage%	0.00	1.3	10.5	46.1	34.2			
4	Fréquence	00	1	11	27	31	.705	4.23	3
	Pourcentage%	0.00	1.3	14.5	48.7	27.6			
5	Fréquence	00		2	39	29.	.622	4.30	1
	Pourcentage%	0.00		2.6	51.3	38.2			
	Total						0.679	4.192	

- Les résultats indiquent que 43.4% des employés ont répondu « d'accord », puis 27.1% « tout à fait d'accord », 13.2% par « pas d'accord » et enfin 7.9% « neutre ». La moyenne était de 3,93, ce qui signifie que le sens de la question était « d'accord ». Écart-type a été estimé à 0,641, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses donc, il existe des moyens de communication et techniques suffisantes pour la communication interne dans l'EPM.
- Les résultats indiquent que 43.4% des employés ont répondu « d'accord », puis 27.1% « tout à fait d'accord », 13.2% par « pas d'accord » et enfin 7.9% « neutre ». La moyenne était de 3,93, ce qui signifie que le sens de la question était « d'accord ». Écart-type a été estimé à 0,713, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, alors que l'EPM accompagne la transformation numérique.

Chapitre 03 : L'étude sur le terrain

- Les résultats indiquent que 43.4% des employés ont répondu « d'accord », puis 27.1% « tout à fait d'accord », 13.2% par « pas d'accord » et enfin 7.9% « neutre ». La moyenne était de 3,93, ce qui signifie que le sens de la question était « d'accord». Écart-type a été estimé à 0,717, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, les règlements et les lois internes de l'EPM sont constamment revues.
- Les résultats indiquent que 43.4% des employés ont répondu « d'accord », puis 27.1% « tout à fait d'accord », 13.2% par « pas d'accord » et enfin 7.9% « neutre ». La moyenne était de 3,93, ce qui signifie que le sens de la question était « d'accord ». Écart-type a été estimé à 0.705, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, alors l'EPM utilise l'audit de communication interne.
- Les résultats indiquent que 43.4% des employés ont répondu « d'accord », puis 27.1% « tout à fait d'accord », 13.2% par « pas d'accord » et enfin 7.9% « neutre ». La moyenne était de 3,93, ce qui signifie que le sens de la question était «d'accord», Écart-type a été estimé à 0,622, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, et doncl'EPM a réalisé ses objectifs par rapport aux cibles de la communication interne.
- D'après la moyen pondéré qui est de 4.192 le sens du premier axe était « d'accord », et l'écart type est de 0.679 cela signifie que les mécanismes de communication existent dans l'EPM.

Tableau n 15: Fréquences des répondants sur la disponibilité du système d'information et de la technologie.

Item	Fréquences	1	2	3	4	5	Std	M	Classement
1	Fréquence	00	00	00	39	31	.541	4.37	3
	Pourcentage %	0.00	0.00	0.00	51.3	40.8			
2	Fréquence	00	1	8	38	23	.579	4.43	2
	Pourcentage%	0.00	1.3	10.5	50	30			

Chapitre 03 : L'étude sur le terrain

3	Fréquence	00	00	1	43	26	.500	4.44	1
	Pourcentage%	0.00	0.00	1.3	56.6	34.2			
4	Fréquence	00	1	4	40	25	.687	4.19	4
	Pourcentage%	0.00	1.3	5.3	52.6	32.9			
	Total						0.57	4.35	

- Les résultats indiquent que 51.3% des employés ont répondu « d'accord », puis 40.8% « tout à fait d'accord », La moyenne était de 4.37, ce qui signifie que le sens de la question était « tout a fait d'accord ». Écart-type a été estimé à 0,541, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, donc l'entreprise dispose un système d'information adéquat.
- Les résultats indiquent que 50% des employés ont répondu « d'accord », puis 30% « tout à fait d'accord », 1.3% par « pas d'accord » et enfin 10.5% « neutre ». La moyenne était de 4.43, ce qui signifie que le sens de la question était « tout a fait d'accord ». Écart-type a été estimé à 0,579, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, donc l'EPM dispose un système d'information ouvert à l'environnement externe.
- Les résultats indiquent que 56.6% des employés ont répondu « d'accord », puis 34.2% « tout à fait d'accord », enfin 1.3% « neutre ». La moyenne était de 4.44 ce qui signifie que le sens de la question était « tout a fait d'accord ». Écart-type a été estimé à 0,500, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, alors les informations que reçoit l'EPM sont suffisantes et opportunes.
- Les résultats indiquent que 52.6% des employés ont répondu « d'accord », puis 32.9% « tout à fait d'accord », 1.3% par « pas d'accord » et enfin 5.3% « neutre ». La moyenne était de 4.19, ce qui signifie que le sens de la question était « d'accord ». Écart-type a été estimé à 0,687, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, dans l'EPM il existe la technologie de la communication.

Chapitre 03 : L'étude sur le terrain

- D'après la moyenne pondérée qui est de 4.35 le sens de ce axe était « tout à fait d'accord », et l'écart type est de 0.57 cela signifie que le système d'information est disponible dans l'EPM.

Tableau n 16: Fréquences des répondants sur les fonctions du système d'information

Item	Fréquences	1	2	3	4	5	Std	M	Classe-ment
1	Fréquence	00	9	34	4	23	.512	3.36	2
	Pourcentage %	0.00	11.8	44.7	5.3	30.3			
2	Fréquence	00	00	36	4	30	.635	3.38	3
	Pourcentage%	0.00	0.00	47.4	5.3	39.5			
3	Fréquence	00	00	19	48	3	.955	4.01	4
	Pourcentage%	0.00	0.00	25	63.2	3.9			
4	Fréquence	00	00	23	45	2	.594	3.40	1
	Pourcentage%	0.00	0.00	30.3	59.2	2.6			
	Total						0.67	3.39	

- Les résultats indiquent que 44.7% des employés ont répondu « neutre », puis 30.3% « tout à fait d'accord », 11.8% par « pas d'accord » et enfin 5.3% « d'accord ». La moyenne était de 3.36, ce qui signifie que le sens de la question était « neutre ». Écart-type a été estimé à 0,512, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, et donc d'après les réponses des employés le SI n'aide pas à la prise de décisions stratégiques des responsables.
- Les résultats indiquent que 47.4% des employés ont répondu « neutre », puis 39.5% « tout à fait d'accord », et enfin 5.3% « d'accord ». La moyenne était de 3.37, ce qui signifie que le sens de la question était « d'accord ». Écart-type a été estimé à 0,635, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses cela signifie que le SI ne fournit pas les informations appropriées en temps opportun comme il se doit.
- Les résultats indiquent que 63.2% des employés ont répondu « d'accord », puis 25% « tout à fait d'accord », et enfin 3.9% « neutre ». La moyenne était de 4.0, ce qui signifie que le sens de la question était « d'accord ». Écart-type a été estimé à 0,955, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, donc le système

Chapitre 03 : L'étude sur le terrain

d'information fonctionnelle traite l'information courante qui influence les activités de l'EPM.

- Les résultats indiquent que 59.2% des employés ont répondu « d'accord », puis 2.6% « tout à fait d'accord », et enfin 30.3% « neutre ». La moyenne était de 3.40 ce qui signifie que le sens de la question était « d'accord ». Écart-type a été estimé à 0,594, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, donc le SI facilite la gestion de l'EPM.
 - D'après la moyen pondéré qui est de 3.39 le sens de ce axe était «neutre», et l'écart type est de 0.67 cela signifie que les répondant n'ont pas d'avis particulier sur les fonctions du système d'information dans l'EPM.

Tableau n 17: Fréquences des répondants sur le rôle du système d'information dans l'entreprise

Item	Fréquences	1	2	3	4	5	Std	M	Classe-ment
1	Fréquence	00	00	6	39	25	.680	4.17	6
	Pourcentage %	0.00	0.00	7.9	51.3	32.9			
2	Fréquence	00	2	2	42	24	.794	4.09	7
	Pourcentage%	0.00	2.6	2.6	55.3	31.6			
3	Fréquence	00	00	4	44	22	.612	4.27	4
	Pourcentage%	0.00	0.00	5.3	57.9	28.9			
4	Fréquence	00	00	1	33	36	.552	4.25	5
	Pourcentage %	0.00	0.00	1.3	43.4	47.4			
5	Fréquence	00	00	1	33	36	.583	4.49	1
	Pourcentage %	0.00	0.00	1.3	43.6	47.4			
	Pourcentage%	0.00	1.3	7.9	43.4	39.5			
Total							0.38	4.26	

- Les résultats indiquent que 51.3% des employés ont répondu « d'accord », puis 32.9% « tout à fait d'accord », et enfin 7.9% « neutre ». La moyenne était de 4.17, ce qui signifie que le sens de la question était « d'accord ». Écart-type a été estimé à 0,680, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, que le SI renforce CI.

Chapitre 03 : L'étude sur le terrain

- Les résultats indiquent que 55.3% des employés ont répondu « d'accord », puis 31.6% « tout à fait d'accord », 2.6% par « pas d'accord » et enfin 2.6% « neutre ». La moyenne était de 4.09, ce qui signifie que le sens de la question était « d'accord ». Écart-type a été estimé à 0,794, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, que le SI renforce CE.
- Les résultats indiquent que 57.9% des employés ont répondu « d'accord », puis 28.9% « tout à fait d'accord », et enfin 5.3% « neutre ». La moyenne était de 4.27, ce qui signifie que le sens de la question était « d'accord ». Écart-type a été estimé à 0,612, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, le SI renforce les stratégies de communication dans l'EPM.
- Les résultats indiquent que 43.4% des employés ont répondu « d'accord », puis 47.4% « tout à fait d'accord », et enfin 1.3% « neutre ». La moyenne était de 4.25, ce qui signifie que le sens de la question était « d'accord ». Écart-type a été estimé à 0,552, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, le SI renforce la participation et l'échange de l'information dans l'EPM.
- Les résultats indiquent que 43.6% des employés ont répondu « d'accord », puis 47.4% « tout à fait d'accord », et enfin 1.3% « neutre ». La moyenne était de 4.49, ce qui signifie que le sens de la question était « d'accord ». Écart-type a été estimé à 0,583, ce qui indique une faible dispersion et homogénéité des réponses, que l'internet, site web et réseaux sociaux ...) renforcent la communication entre l'entreprise et ses partenaires
- D'après la moyen pondéré qui est de 4.26 le sens de ce axe était « tout a fait d'accord », et l'écart type est de 0.38 cela signifie que le système d'information a une influence importante sur les fonctions communication d'entreprise.

1.4 Régression linéaire simple

- **Hypothèse nulle** : les deux variables X et Y sont indépendant
- **Hypothèse alternative** : les deux variables X et Y sont dépendant.

1.4.1 Test 01 :

- **Hypothèse nulle (H0)** : les deux variables communication et SI sont indépendants

- **Hypothèse alternative (H1)** : les deux variables communication et SI sont dépendants.

Tableau n 29: Résultat de test 01

Variable Dépendante	R^2	F	P-value	β	t	P-value	Décision
Communication	0.546	28.891	0.000	0.546	5.375	0.000	Accepte H1

a. Interprétation du résultat

Test de Fisher

Ce test nous permet de tester la significativité globale du modèle, nous remarquons que le P-value est inférieur au seuil 5%, donc le model est globalement significative.

Test de Student

Nous remarquons que tous les coefficients du modèle sont significativement différents de zéro car le P-value du test est inférieur au seuil 5%.

Le coefficient de détermination R^2

R^2 Fourni est à (0.546) cela signifie que 54.60 % de la variation de la variable dépendante (COMMUNICATION) est expliqué par la variable exogène (SI) mais le reste peut être expliqué par d'autres variables.

$$COMMUNICATION = 0.546 * SI$$

On remarque que le coefficient est positif donc cela explique qu'une augmentation dans SI par une unité entraîne une augmentation de **COMMUNICATION** par 0.546.

b. Discussion des résultats

Les résultats analysés montrent qu'il existe un lien entre le système d'information et la communication dans l'EPM. Ce qui signifie qu'il y a une relation entre le système d'information et la communication d'entreprise.

1.4.2 Test 02 :

Hypothèse 01: le système d'information renforce la communication dans l'entreprise portuaire Mostaganem

- **Hypothèse nulle** : les deux variables COM-axe 01/02 et SI-axe 01 sont indépendantes
- **Hypothèse alternative** : les deux variables COM-axe 01/02 et SI-axe 01 sont dépendantes.

Tableau n 20: Résultat du test 02

Variable Dépendante	R ²	F	P-value	β	T	P-value	Décision
COM-axe01/02	26.90	5.288	0.025	0.404	2.299	0.025	Accepte H1

a. Interprétation du résultat de la première hypothèse

Test de Fisher

Ce test nous permet de tester la significativité globale du modèle, nous remarquons que le P-value est inférieur au seuil 5%, donc le modèle est globalement significatif.

Test de Student

Nous remarquons que tous les coefficients du modèle sont significativement différents de zéro car le P-value du test est inférieur au seuil 5%.

Le coefficient de détermination R²

R² Fourni est à (0.269) cela signifie que 26.90 % de la variation de la variable dépendante (COM-axe01) est expliquée par la variable exogène (SI-axe 01) mais le reste peut être expliqué par d'autres variables.

$$COM(axe 01) = 0.404 * SI(axe 01)$$

On remarque que le coefficient est positif donc cela explique qu'une augmentation dans SI-axe01 par une unité entraîne une augmentation de COM-axe 01/2 par 0.404.

b. Discussion des résultats :

Hypothèse 01: le système d'information renforce la communication dans l'entreprise portuaire Mostaganem.

Les résultats analysés montrent qu'il existe un lien entre la disponibilité du système d'information et la communication dans l'EPM, les réponses des employés étudiés confirment que si les employés grâce à l'utilisation des outils informatiques et de la technologie et que les travailleurs coopèrent entre eux pour l'échange d'information.

Et donc la première hypothèse est confirmée.

1.2.3 Teste 03 :

Hypothèse 02 : le système d'information influence la communication dans l'entreprise.

- **Hypothèse nulle** : les deux variables COM-axe 04 et SI-axe 04 sont indépendant
- **Hypothèse alternative** : les deux variables COM-axe 04 et SI-axe 04 sont dépendant.

Tableau n21: Résultat du model 02

Variable Dépendante	R ²	F	P-value	β	T	P-value	Décision
COM-axe04	0.298	6.629	0.012	0.298	2.575	0.012	Accepte H1

c. Interprétation du résultat de la deuxième hypothèse

Test de Fisher

Ce test nous permet de tester la significativité globale du modèle, nous remarquons que le P-value est inférieur au seuil 5%, donc le model est globalement significative.

Test de Student

Nous remarquons que tous les coefficients du modèle sont significativement différents de zéro car le P-value du test est inférieur au seuil 5%.

Le coefficient de détermination R²

R²Fourni est à (0.298) cela signifie que 29.80 % de la variation de la variable dépendante (COM-axe04) est expliqué par la variable exogène (SI-axe 04) mais le reste peut être expliqué par d'autres variables.

$$COM(axe\ 04) = 0.298 * SI(axe\ 04)$$

On remarque que le coefficient est positif donc cela explique qu'une augmentation dans SI-axe04 par une unité entraîne une augmentation de COM-axe 04 par 0.298.

d. Discussions des résultats :

Hypothèse 02 : le système d'information influence la communication dans l'entreprise.

Chapitre 03 : L'étude sur le terrain

Les résultats analysés montrent qu'il existe un lien entre le système d'information et la communication dans l'EPM, les réponses des employés étudiées confirment que les employés sont responsables et les lois et les règles à l'EPM sont constamment revus grâce à les informations requis par le système d'information, fiable et appropriées en temps opportun et le contrôle et la recevabilité renforcé par le SI.

Et donc la deuxième hypothèse est confirmée.

Conclusion

Ce chapitre comprenait une étude de terrain menée à l'entreprise portuaire de Mostaganem, où on a met une présentation de l'entreprise portuaire, en précisant ses objectifs et ses tâches, en expliquant la structure organisationnelle, quelques statistiques et outils d'étude, et en mesurant la validité du questionnaire. a été fait en concevant un questionnaire et en le distribuant à un échantillon d'administrateurs et de chefs d'intérêt comme Les résultats et l'analyse des questions du questionnaire ont montré que le rôle du système informatique dans la communication d'entreprise a un impact significatif, ainsi que l'existence d'un forte relation statistiquement significative avec le rôle du système informatique dans le fonctionnement de la communication d'entreprise à travers les résultats de « SPSS » et comme indiqué par la deuxième hypothèse que dans l'entreprise le système d'information a une influence sur la communication dans l'entreprise .

Conclusion générale

Conclusion générale

L'objectif de notre travail consiste à démontrer le rôle du système d'information dans la communication d'entreprise. Pour se faire, nous avons choisis l'entreprise portuaire pour réaliser notre recherche afin d'obtenir des résultats clairs et pertinents qui permettent de bien comprendre la cette relation à travers notre recherche et les comparé avec ceux de la littérature.

Cependant, l'objectif ultime de ce mémoire est de répondre à la problématique suivante : Quel est le rôle du système d'information dans la communication d'entreprise ?

Pour se faire, nous avons commencé par une présentation théorique des concepts de base sur lesquelles notre étude repose, par la suite et dans la partie empirique nous avons opté à un questionnaire pour présenter une enquête quantitative auprès des employés de l'EPM.

On remarque aussi d'après l'analyse réalisée que les résultats obtenus confirment l'existence d'un lien entre les fonctions du système d'information de l'étude et la variable dépendante la communication, et leur influence sur la participation des employés étudiée dans notre questionnaire.

Et que le système d'information renforce la communication dans l'entreprise, il a une influence significative sur les relations humaines dans l'EPM

À partir du résumé des résultats et sur la base des objectifs de l'étude, nous avons tiré les conclusions suivantes :

- Le système d'information est l'un des piliers fondamentaux dans la communication d'entreprise grâce à l'utilisation de la technologie.
- La communication d'entreprise pratique d'une manière indirecte mais plusieurs employés ne connaissent pas très bien le sens de ce terme.
- Alors nous pouvons déduire que le système d'information a un grand impact sur la communication d'entreprise et ses mécanismes au sien d'entreprise.

Conclusion générale

- la décision dans l'entreprise prise d'une manière collective, Cela permet de connaître les points de vue des employés.
- L'utilisation du système d'information aide l'entreprise partagée ces informations, objectives grâce à l'utilisation des outils informatiques et de la technologie.

Quand aux perspectives de la recherche, il faut savoir que la communication est un concept vaste, nous ne pouvons pas tout étudier en une seule recherche, car nous ne pouvons pas étudier toutes ses variables, ainsi que le système d'information est l'un des sujets les plus importants qui peuvent être abordés. Dans cette étude on a traité la relation entre le système d'information et les principes de la communication, et aussi son importance dans l'entreprise, parmi les titres que nous pouvons les suggérer :

- L'audit informatique et son rôle dans le système d'information
- L'impact du système d'information sur la communication

Les recommandations :

1. L'EPM doit utiliser les techniques modernes ainsi que des nouveaux ordinateurs et logiciels.
2. Elle doit avoir de bonnes relations mutuelles entre les travailleurs et les chefs de départements.
3. L'EPM doit accepter les critiques des employés vers leurs chefs.
4. Les chefs services et les responsables doivent écouter attentivement à ses employés.
5. Elle doit accepter les corrections des décisions en cas d'erreurs.
6. Les employés doivent se comporter avec les décisions contre eux sans aucune opposition.
7. Les employés doivent renforcer le partage les informations entre eux.
8. L'EPM doit divulguer les politiques les informations en temps requis.
9. l'EPM doit déclarer aux employés les règles de la communication d'entreprise.

Tableau de matière

Dédicace	
Remerciement	
Sommaire	
Liste des abréviations	
Liste des figures	
Liste des tableaux	
Liste des photos	
Introduction général	I
Chapitre 01 : le système d'information de l'entreprise	
Section 01 : Généralité sur le système d'information	10
Introduction	10
1-1 les types de système	11
a- système fermé	11
b- système ouvert	11
2 les sous-systèmes d'information	11
2.1 système de pilotage	11
2.2 système opérant	11
3.3 système d'information	11
4. les niveaux d'un système d'information	12
4.1 niveau conceptuel	12
4.2 niveau organisationnel	12

Tableau de matière

4.3 niveau opérationnel	12
5. les différents types du système d'information	13
5.1 le SI de ressources humaines (SIRH)	13
5.2 le SI de la gestion de la production (SIGP)	14
5.3 le SI comptable et financier (SICF)	14
5.4 le SI commerciale et marketing (SICM)	14
6. le SI organisé à partir de différents ressources	15
6.1 ressource des acteurs	15
6.2 ressource des données	15
6.3 ressource des matériels et logiciels	15
6.4 ressource des pratiques de travail	16
Section 02 : Efficacité et rôle du SI au sein de l'entreprise	17
1. les fonctions du SI	17
1.1 recueil de l'information	17
1.1.1 l'acquisition de l'information en interne	18
1.1.2 l'acquisition de l'information en externe	18
1.2 la mémorisation de l'information	19
1.3 traitement de l'information	19
1.4 diffusion de l'information	20
2. rôle du SI au sein de l'entreprise	20
2.1 l'instrument du couplage entre modules pilotes au sein de l'organisation	20
2.2 la mémoire de l'organisation	21

Tableau de matière

2.3 l'instrument de la mise en forme des données	21
3. qualité d'un SI informatisé	23
4. la valeur du SI	24
5. les caractéristiques du SI	24
5.1 environnement en externe	24
5.2 la finalité du système	24
5.3 le temps opportun	25
6. quelque applications organisationnelles su SI	25
Conclusion	25
Chapitre 02 : la communication d'entreprise	25
Introduction	27
section01 : généralité sur la communication d'entreprise	27
1. définition de la communication	27
2. le rôle de la communication	28
Section 02 : les types de la communication d'entreprise	29
1. Les différents types	29
1.1 La communication commerciale	29
1.2La communication financière	29
1.3 La communication institutionnelle	29
1.4 La communication autre englobant	29
2. Types de communication d'entreprise selon la cible :	29
2.1 La communication externe	27

Tableau de matière

2.1.1 La stratégie de communication externe	30
2.2 La communication interne :	31
2.2.1 Les canaux de la communication interne	32
2.2.2 Les objectifs de la communication interne	33
2.2.3 Les enjeux de la communication interne	34
2.2.4 L'audit de communication interne	34
Conclusion	36
Chapitre 03 : étude de cas de l'entrepris portuaire de Mostaganem	36
Introduction	37
Section 01 : présentation de l'entreprise portuaire Mostaganem	37
1- Présentation du port de Mostaganem	37
1.1historique du port de Mostaganem	37
1.2présentation de l'entreprise portuaire	39
1.2.1 Entreprise de gestion des ports et abris de pêche	40
2- Les points forts du port	40
1.1Station de bitume NAFTAL	40
1.2Silo céréales	40
1.3Silo à sucre	40
3- Objectifs du port	40
4- Les fonctions administratives et logistiques du port	41
4.1Direction des ressources humaines de la fonction et des moyens	41
4.2Direction comptabilité et finance	42

Tableau de matière

5 Les fonctions logistiques du port	43
5.1 Direction de la capitainerie	43
a. Département mouvement de la navigation	43
b. Département police et sécurité	43
5.2 Direction de l'exploitation commerciale	43
5.3 Direction des travaux et la maintenance	44
a. Département maintenance	44
b. Département travaux	44
6. Méthodologie de recherche	45
Justifications du choix du thème	45
Les objectifs de la recherche	45
L'importance de la recherche	46
Pré-enquête	46
Etudes antérieures	47
Commentaire sur l'étude antérieure	47
La problématique	48
Les hypothèses	49
Les concepts	50
Méthode de recherche	53
Approche théorique adoptée	53
Technique de collecte d'informations	54

Tableau de matière

Population, échantillonnage et échantillon	54
Les limites de recherche	54
Les obstacles de la recherche	55
Conception de la recherche	55
Type de questionnaire	56
L'analyse des données (interprétation des résultats)	56
Section 02 : analyse des données et discussion des résultats.	56
1. traitement des données	56
1.1 Fiabilité des échelles	56
1.2 Analyse Uni Varie des Renseignements Personnels	57
1.2.1 Répartition des interrogés selon leur sexe	57
1.2.2 Répartition des interrogés selon leur âge	58
1.2.3 Répartition des interrogés selon leur poste occupé	59
1.2.4 Répartition des interrogés selon leur expérience	60
1.3 Echelle de Lickert	61
1.3.1 Fréquence des répandant	62
1.4 Régression linéaire simple	70
1.3.1 Test 01	70
6.1 Interprétation des résultats	70
c. Discussions des résultats	71
a. Interprétation des résultats	

Tableau de matière

1. Test 02	71
a. Interprétation des résultats	
b. Discussion des résultats	72
2. Test 03	72
a. Interprétation des résultats	73
b. Discussion des résultats	73
Conclusion	74
Conclusion général	75
Les recommandations	77
Bibliographie	87
Annexe	88
Résumé	

Les ouvrages

- Angers Maurice, **Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines**, Alger, Casbah Editions, 2015.
- ARCAND Richard, Boudreau Nicole, **La communication efficace : de l'intérieur aux moyens d'expressions**, Paris, Editeur de Boeck, 1998.
- Autissier David, Delaye Valérie, **Mesurer la performance du système d'information**, Paris, Editions d'organisation groupe Eyrolles, 2008,
- Barnier Virginie et Joannis Henri, **Marketing et création publicitaire**, 4eme édition, France, Dunod, 2016.
- Bizot Éric, Chimisanas Marie- Hélène et Piau Jean, **la communication-BTS** ,2eme édition, 2016.
- Bonneville Luc, Grosjean Sylvie, Lagacé Martine, **Introduction aux méthodes de recherche en communication**, Canada, Gaëtan Morin, 2007.
- CHANTAL Marley, **management d'un projet système d'information**, Ed 6, Paris, 2008.
- CORNFORD.T, SHAIKH.M, **Introduction to information systèmes**, London, 2013,
- D'Almedia Nicole et Libaert Theiry, **La communication interne de l'entreprise**, 7ème édition ;dunod ,paris ,2014.
- Garcia Valérie Perruchot, **Dynamiser sa communication interne**, 2eme édition, dunod, Paris 2016.
- Gillet Michelle, Gillet Patrick, **(Système d'information des ressources humaines)**, édition DUNOD, paris 2013.
- GILLET Michelle, GILLET Patrick, **Management des systèmes d'information**, Ed 5, France, Dunod, 2009.
- Gillet Michelle, Gillet Patrick, **SIRH-Système d'information des ressources humaines**, édition : Dunod, Paris 2010.
- Guillaume Rivière, « **Informatisation du Système d'Information** », Ecole d'ingénieur ESTIA 2 ème année, Janvier 2013.
- Henri Briand, jean Bernard camps, **les systèmes d'information analyse et conception**, 2eme édition : Dunod, Paris1984.
- Joly ABruno, **la communication : Le point sur marketing**, Bruxelles, Editeur de Boeck supérieur ,1ere Edition, 2009,
- Laudon Kenneth, Jane Kenneth, « **Management des systèmes d'information** », édition Pearson Education, 9°édition, Paris 2006.
- Le précisent Gérard et Jezequel, **la boîte à outils de la communication**, collection Bào La Boite à outils, 2019, **Document interne de l'entreprise portuaire de Mostaganem**.
- Reix Robert, Fally Bernard et Al, **(système d'information et management des organisations)** Edition Vuibert, Paris 2011,
- Reix Robert, **Le système d'information et management des organisations**, France, 5émé édition le Seuil.
- ROBERT R, **Système d'information et management**, France, Ed Vuibert, aout 2016.
- Scheider Christian, **Communication, nouvelle fonction stratégique de l'entreprise**, Paris, Editeur J. Delmas et Cie, 1990.

Bibliographie

- STEPHANE G, **Les enquêtes par questionnaire avec sphinx**, Paris, Editons Pearson, 2007.

Articles et périodique :

- Le dictionnaire le petit Larousse illustré, 2008.
- Von Bertalanffy (1951), **General system theory - A new approach to unity of science** (Symposium), Human Biology, Vol. 23.

Les thèses de doctorat :

- MENANA Nekkhal, **Le rôle du système d'information dans le développement stratégique dans l'entreprise**, cas société algérienne gestionnaire des réseaux transport de gaz, thèse de magistère, école doctorale d'économie et de management, 2014.

Site :

- BENCHAMRAK Group, JDN, mise au jour le 16/09/2019, <https://www.journaldunet.fr/web-tech/dictionnaire-du-webmastering>.
- D'ALMEIDA Nicole, LIBAERT Thierry, « Chapitre 1. **Rôle et place de la communication interne** », dans, **La communication interne des entreprises**. Sous la direction de D'ALMEIDA Nicole, LIBAERT Thierry. Paris, Dunod, « Les Topos », 2019, p. 7-27. URL : <https://www.cairn.info/la-communication-interne-des-entreprises--9782100774845-page-7.htm>.
- Focquier Éric et Cannamela-Camel Éric, **la communication interne**, nouveau «soft power », 2010, P114 .disponible sur <http://www.cairn.info/revue-l-expansion-management-review-2010-4-page-114.htm>.
- KHALIL Salim, Cours gratuit [en ligne]. (Mise au jour en 2010), [www.cours-gratuit.com--cours informatique-id3384](http://www.cours-gratuit.com--cours-informatique-id3384).
- Pesqueux Yvon, **Système d'information et organisation**, Hal open science, 2020. <https://shs.hal.science/halshs-02560339/document>.
- Rivière Guillaume, **Informatisation des systèmes d'information ESTIA**, 2ème année, 2017, cours du module système d'information disponible sur https://www.guillaumeriviere.name/estia/si/pub/SI_COURS-01_2012_introduction.pdf.

Les vidéos :

- BENTALHA B, **Le système d'information : cour management** (juin 2020)[enregistrement vidéo] in Bentalha Badr, disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=poqg-ZvULgc>.

Les revues :

- DHIBA Youssef, **Modèle théorique d'évaluation de l'apport des systèmes d'information à la performance organisationnelle**, revue de contrôle et de la comptabilité et de l'audit, septembre 2012 N° 6.
- Hamich Mohamed, **La gouvernance portuaire et le système d'information logistique**, Edition 2016 – Vol 1, N° 3, Revue des Etudes et Recherches en Logistique

Bibliographie

et Développement (RERLED), L'université Abdelmalek Essâadi. Faculté Poly-disciplinaire de Tétouan, Maroc.

- SLAOUTI A, **méthodologie d'identification des systèmes d'informations pertinents**, la revue des sciences commerciales, INC, numéro 01, 2002.

Questionnaire :

Dans le cadre de la préparation d'un mémoire de master spécialité communication organisationnelle, au niveau de l'Université de Abdelhamid ibn Badis Mostaganem. Nous sollicitons votre collaboration afin de répondre à ce questionnaire qui porte sur l'étude L'impact du système d'information dans la communication d'entreprise. Nous vous serons reconnaissants pour l'aide que vous nous apporterez.

La communication d'Entreprise Portuaire de Mostaganem

N°	Texte	Tout à fait d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas du tout d'accord
Types et stratégie de communication						
1	Existe-t-elle tous les types de communication dans l'entreprise (communication interne, externe, commerciale, autre englobant)?					
2	L'EPM adopte-t-elle des stratégies pour communiquer ?					
3	Pour véhiculer les messages, l'EPM s'appuie –t-elle sur des canaux spéciaux ?					
4	Vos collègues coopèrent-ils avec vous pour échanger les informations ?					
La participation						
5	Est-ce qu'il y a une représentation des travailleurs dans divers organes administratifs ?					
6	Pouvez-vous participer à la prise de décision et les stratégies de l'entreprise ?					
7	Les travailleurs ont-ils la liberté d'agir pour faire face aux problèmes qui ils rencontrent au travail ?					
8	Les employés influencent –ils la communication interne dans votre entreprise ?					
Les mécanismes de communication						
9	Existe-t-il des moyens de communication (internet, site, des systèmes ...) et techniques suffisantes pour la					

Annexe

	communication interne dans votre entreprise ?					
10	Est-ce que votre entreprise accompagne la transformation numérique ?					
11	Est-ce que les règlements et les lois internes de l'EPM sont constamment revus ?					
12	Votre entreprise utilise-t-elle l'audit de communication interne ?					
13	D'après vous, l'EPM a réalisé ses objectifs par rapport aux cibles de la communication interne ?					

Rôle du système d'information de l'EPM

N°	Texte	Tout à fait d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas du tout d'accord
Disponibilité et fonctions du système d'information						
1	Votre entreprise dispose –t- elle un système d'information interne adéquat (sa vision, ses résultat, ses besoins ...)					
2	Votre entreprise dispose-elle d'un système d'information ouvert sur l'environnement externe (banques, clients, fournisseurs, administrations de l'Etat ...)					
3	Est-ce que les informations que reçoit l'EPM sont-elles suffisantes et opportunes ?					
4	L'EPM utilise-t-elle la technologie de l'information et de la communication (internet, site web, réseaux sociaux ...) ?					
Les fonctions de système d'information						
7	Le système d'information de votre entreprise aide-t-il à la prise de décision stratégique des responsables ?					
8	Croyez-vous que votre système d'information facilite la bonne gestion de l'EPM ?					
	Le système d'information fonctionnel traite-il les informations courantes qui influent les activités de l'EPM ?					

Annexe

9	Le système d'information de votre entreprise fournit-il des informations appropriées en temps opportun ?					
Le rôle du système d'information dans la communication						
10	Le système d'information actuel renforce-t-il les fonctions communication interne ?					
11	Le système d'information actuel renforce-t-il la communication de l'entreprise envers les parties prenantes (banques, clients, fournisseurs, personnels ...) ?					
12	Le système d'information actuel renforce-t-il les stratégies de communication de votre entreprise ?					
13	Le système d'information actuel renforce-t-il la participation et l'échange de l'information dans votre entreprise ?					
14	L'internet, site web et réseaux sociaux ...) renforcent-ils la communication entre l'entreprise et ses partenaires (banques, clients, fournisseurs, personnels, administration de l'Etat ...) ?					

Informations personnelles :

Sexe : homme femme

Age : 20-30 31-41 42-52 +53

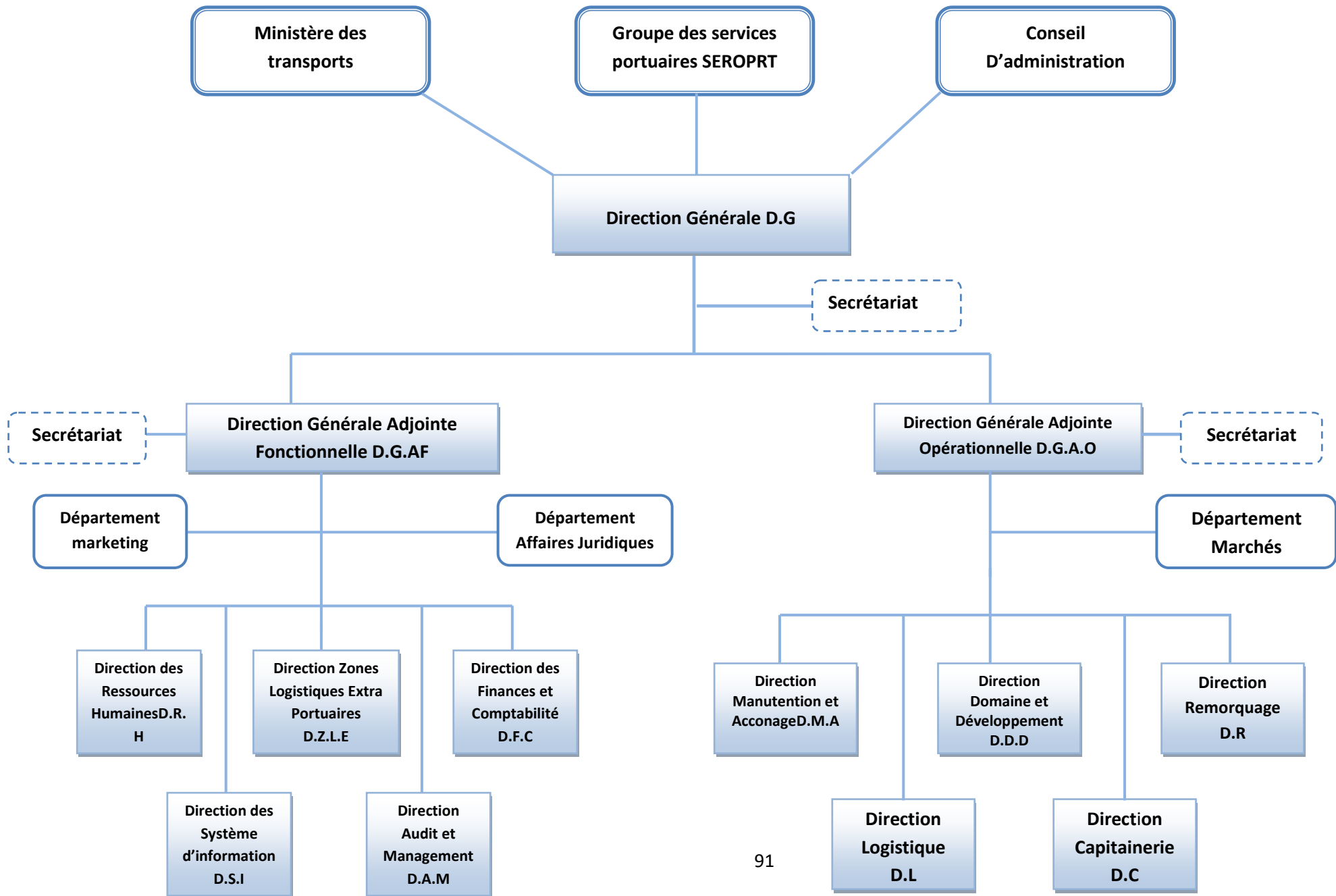
Poste occupé :

Directeur Sous-directeur Chef de service Superviseur

Autre:.....

Expérience : -5ans 6-11 12-22 +23

Annexe



Résumé

Le système d'information est un élément pilier dans les entreprises pour gérer la relation avec les différentes parties prenantes. Dans cette étude, on a traité une problématique concerne le rôle du système d'information dans la communication des entreprises, cas de l'entreprise portuaire de Mostaganem. On a utilisé un questionnaire administré aux employés de l'entreprise, un échantillon de 70 personnes analysé par le logiciel SPSS n°.26. Au final, nous sommes arrivés aux résultats suivants : le système d'information a un grand impact sur la communication d'entreprise et ses mécanismes au sien de l'entreprise, la décision dans l'entreprise prise d'une manière collective, Cela permet de connaître les points de vue des employés. L'utilisation du système d'information aide l'entreprise divulguée ces informations, objectives et politiques en toute transparence grâce à l'utilisation des outils informatiques et de la technologie, et aussi le système d'information à une influence positive sur l'équité dans l'entreprise.

**Mots clés : communication _ système d'information _ l'entreprise
_impact.**

Abstract:

The information system is a pillar in companies for managing the relationship with the various stakeholders. In this study, we dealt with a problem concerning the role of the information system in the communication of companies, the case of the port company of Mostaganem. A questionnaire administered to company employees was used, a sample of 70 people analyzed by SPSS software .26. In the end, we arrived at the following results: the information system has a great impact on corporate communication and its mechanisms within the company, the decision in the company is taken collectively, this allows get to know the views of employees. The use of the information system helps the company disclosed these information, objective and policies transparently through the use of computer tools and technology, and also the information system has a positive influence on fairness in the business.

Key words : communication - information system- the company-impact.