La communication interne en entreprise, moyen de gestion des flux d'information
The internal communication in company means of management of flows of information

1- MAHBOUB Leila
Doctorante en science de gestion
lilus_24@hotmail.fr

2- BELHOUCINE Abderrahim
Doctorant en science
rahimo46@vahoo.fr

Reçu après correction le: 27/03/2018 Accepté le: 02/10/2018

Résumé:

Dans un environnement en perpétuel mutation, l'entreprise actuelle cherche d'assurer sa survie et de gagner en matière de compétitivité. Ceci l'oblige à être plus éveillé et plus communicante. La matière première du processus de la communication interne en entreprise est l'information. La communication interne en entreprise source d'information interne est un moyen de gestion des flux d'information et de partage des connaissances. C'est ce que nous essayons de traiter à travers ce papier. Nous procédons aussi à une analyse simplifiée de la situation de la communication interne d'une entreprise algérienne, INFRARAIL SPA unité de BENI SAF.

Mots clés: Communication interne, information, compétence, compétitivité des entreprises, flux d'information.

Abstract

In an environment into perpetual change, the current company seeks to ensure its survival and to gain as regard competitiveness. This obliges it to be more waked up and communicating. The raw material of the process of the internal communication in company is information. The internal communication in company information source is a means of management of flows of information interns and division of knowledge. It is what we try to treat through this paper. We also carry out a simplified analysis of the situation of the communication interns of an Algerian company, INFRARAIL SPA unit of BENI SAF.

Keywords: Internal communication; Information; Competence; Competitiveness of the company; Flow of information.

Auteur correspondant: MAHBOUB Leila, Email: lilus_24@hotmail.fr

1. Introduction: A l'ère de la globalisation et la libéralisation des marchés, l'entrepris actuel est soumise à un environnement économique plus complexe et international, marqué par des incertitudes, une mutation permanente, des progrès technologiques et des pressions concurrentielles. Un environnement hostile qui « exige des réactions rapide de la part des organisations »[1]. Sa réflexion stratégique est globale et son champ d'action devient mondial, ce qui pousse l'entreprise à remettre en cause ses méthodes, ses habitudes et sa culture au service de sa nouvelle orientation stratégique.

A ce propos, et face à ces modifications, la préoccupation principale de l'entreprise est d'assurer le succès d'une telle transmission et de porter un regard neuf sur la situation. Ceci incite l'entreprise à mobiliser ses capacités de réflexions et ses ressources matérielles et immatérielles affin d'approvisionner un développement durable et soutenu. Nous essayons à travers se papier de **montrer l'importance du processus de la communication interne en entreprise dans la gestion de l'information interne et les flux d'information pour une meilleur gestion et prise de décision.**

Les entreprises Algérienne n'échappent pas à ce contexte. Avec l'ouverture de l'économie Algérienne aux marchés internationaux, elles se trouvent face à l'obligation de repenser leurs structures voire leurs modes de gestion. Elles se trouvent confronter aux exigences du management moderne qui lui impose d'abandonner l'organisation mécanique du travail.

A ce stade, nous allons essayer de traiter l'importance de la communication interne en entreprise comme un moyen de partage de l'information et des connaissances pour enrichir le processus d'acquisition de compétences.

En entreprise plus qu'ailleurs, la communication interne est « le processus par lequel l'information circule et s'échange à travers les structures formelles et informelles de l'organisation »[2], elle touche

l'ensemble du personnel et elle est composante de la communication globale de l'entreprise.
INFRARAIL SPA filiale de la SNTF est une des grandes entreprises en Algérie qui couvre une bonne partie du marché de son activité. Nous essayons à travers une de ses unités (INFRA RAIL unité de BENI SAF) d'analyser la situation de la communication interne de cette dernière. Elle comprend d'environ 92 employés et d'une culture et valeurs partagées entre eux.

2. L'information, matière première stratégique :

L'environnement actuel de l'entreprise est devenu de plus en plus complexe et comprend des mutations permanentes et rapides. L'information devient donc une matière première au service de la performance économique. La gestion de l'information est devenue une des préoccupations des entreprises ou elle réserve un budget spécial et mobilise des compétences pour y faire.

L'importance de l'information comme matière première stratégique se résume dans le pouvoir que donne cette dernière pour agir, anticiper et réagir dans son environnement afin d'éviter les menaces et profiter des opportunités.
Le pouvoir d'agir c'est « construire des analyses permettant de disposer d'arguments de décision dans le cadre de projets stratégiques ou opérationnels de l'entreprise »[3.]
Le pouvoir d'anticiper c'est « appréhender les évolutions et changements futur de l'environnement de l'entreprise -à partir d'une détection de signaux faible- afin de détecter les menaces ou opportunités qui se profilent et d'alimenter ainsi sa réflexion prospective »[4].
Le pouvoir de réagir « s'agit enfin pour l'entreprise d'être alertée en temps opportun des événements importants aux quels elle se doit de réagir rapidement »[5].

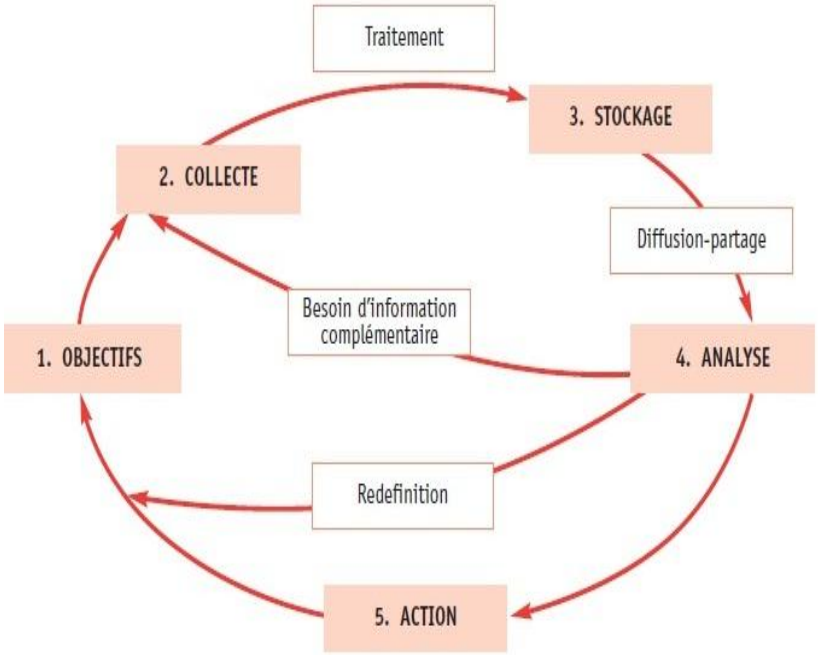
3. Des données à l'information, de l'information à la connaissance :

L'histoire commence tout d'abor par la donnée qui représente une base d'un résonnement. L'information est l'ensemble de ces données, validées et confrontées pour pouvoir donner un sens. Un besoin d'information correspond à un manque de connaissance d'un individu dans une situation qui l'empêche de comprendre ou agir face à des situations précises. « La connaissance est un ensemble d'information interprétées pat l'entreprise et lui permettant de prendre des décisions » [Lorraine conseil régional communié européennes 2002].

En effet, la relation est étroite entre la notion de l'information et de la connaissance, car la satisfaction du besoin d'information réclame l'acquisition d'une connaissance. Le phénomène qui développe les façons d'agir de l'individu.

Alor que « l'accumulation de connaissance n'est pas sagesse (intelligence) »[6]. L'intelligence apparait « lorsque les principes fondamentaux qui ont fondé la connaissance sont compris »[7]. Ce qui conduit à définir l'intelligence économique comme étant « un ensemble de concepts, méthodes et outils qui unifient toutes les actions coordonnées de recherche, acquisition, traitement, stockage et diffusion d'information pertinente pour des entreprise considérées individuellement ou en réseau, dans le cadre d'une stratégie partagée »[8].

Figure 01 : Le cycle de l'intelligence



Source : Lorraine conseil régional communié européennes, 2002, Intelligence économique, un guide pour débutant et praticiens

4. La communication interne en entreprise, moyen de gestion des flux d'information :

Selon le sociologue américain Charles Cooley, la communication est « le mécanisme par lequel les relations humaines existent et de développent ; elle inclut tout les symboles de l'esprit et les moyen de les transmettre à travers l'espace et de les maintenir dans le temps »[9]. La communication correspond à un processus interactif de transmission d'information entre plusieurs personnes dans le but de partage de sens.

La communication interne en entreprise est le fait de communiquer à l'intérieur de l'organisation. Elle produit l'information destinée prioritairement au personnel interne. La stratégie de la communication

interne en entreprise est indissociable de sa stratégie externe. Chaque une est au service de l'autre.

En terme de globalisation, mondialisation, généralisation des technologies de l'information et de la communication, les réseaux formels et informels, l'accélération des échanges économique et touts les changements rapide que connais l'environnement actuel de l'entreprise, les gestionnaires se trouvent face au défit d'avoir la bonne information au bon moment afin de pouvoir prendre la bonne décision.

La gestion des flux d'informations est inévitable. L'entreprise qui reçoit des milliers d'information de l'extérieur doit gérer en interne pour faciliter la prise de décision au personnel interne. La communication interne se présente comme l'outil adéquat pour cette mission.

Le développement des systèmes d'information et de la communication facilite à l'entreprise la gestion des flux d'information en interne par la création des réseaux de communication interne entre salariés.

Pour ceux, l'entreprise se réserve toute un budget pour élaborer une stratégie de communication interne et des moyens et techniques digne de cette mission.

5. Les différents mouvements de la communication interne en entreprise moyen de partage de connaissances :

En entreprise, la communication interne est une composante de sa vie quotidienne. Elle est primordiale et inévitable. Nous distinguons trois mouvements (directions) de la communication interne en entreprise :

a. **La communication descendante :** c'est le type de communication le plus communément mis en œuvre et le plus naturellement pratiqué dans les entreprises. L'émetteur est le management de l'entreprise qui s'adresse à l'ensemble des équipes, département et services. Elle part du haut de la pyramide vers le bas. La communication descendante à pour but de diffuser les informations réglementaires, résoudre les

conflits interne, informer et expliquer un projet, etc. c'est une communication formelle.

b. La communication ascendante : c'est l'inverse de la communication descendante, elle part du bas de la pyramide vers le haut. Elle vient des salariés vers la hiérarchie sous forme de réclamations ou des réunions organiser par le syndicat.

L'enjeu de ce type de communication est de créer un effet retour (Feed-back) de l'information. La communication ascendante peut s'avérer très utile dans l'amélioration des performances. C'est une communication formelle lorsque les responsables des organisations syndicales la structurent. Dans ce cas, l'émetteur et le récepteur sont connus. Comme elle peut être informelle et spontanée lorsqu'elle n'est pas structurée. Ceci se passe lorsque les responsables syndicaux adoptent la simple stratégie consistant à balancer une information pour susciter des réactions et des bruits qu'ils exploitent pour éventuellement prendre des décisions.

c. La communication latérale : c'est la communication ou il n'y a aucune notion de hiérarchie. C'est une communication qui se passe entre les équipes de même niveau hiérarchique et sans aucune validation de la part d'un niveau supérieur.

La communication latérale, dite horizontale a pour objet de partager les connaissances parmi le personnel de l'entreprise en réduisant les cloisonnements et les isolements ainsi que l'amélioration de la coordination des actions entre les salariés. C'est une communication informelle à encourager mais aussi à contrôler.

6. Présentation d'INFRARAIL SPA filiale de la SNTF [10]:

Dans le cadre de la poursuite de la clarification de sa mission principale de transporteur engagée des les années 1980, la Société Nationale des Transports Ferroviaires (SNTF) a créé des filiales autour de ses activités annexes, notamment dans le domaine des travaux de rénovation et de modernisation des communications ferroviaires (entretien, renouvellement des voies et signalisation).

En 1989/90, cette restructuration interne avait abouti à la création de trois unités de travaux d'infrastructure dénommées : INFRARAIL Est, Centre et Ouest. Jusqu'à la fin de l'année 1992, ces unités ont pu s'adapter à leur environnement économique et social.

Au début de l'année 1993 et après une année de consolidation des structures opérationnelles et de maturité de ces unités, la SNTF décide de les ériger en filiales autonomes dotées d'un statut juridique et d'un conseil d'administration.

Les objectifs recherchés à travers cette fusion sont :

- La complémentarité et la coordination de la politique d'investissement.
- L'utilisation rationnelle des ressources financières et la maitrise de l'endettement.
- Le renforcement de la position de la nouvelle filiale, issue de la fusion, sur le marché national.

7. Organisation des unités d'INFRARAIL SPA filiale de la SNTF :

Tableau N°01 : Les unités INFRARAIL et leur mission

Wilaya	U.B.O	Missions
Ouargla	U.B.O Touggourt / Hassi Messaoud	La réalisation des travaux de voie ferrée y compris les travaux de génie civil des quais et abris de quais sur un linéaire de 77 Km
Laghouat	U.B.O Boughzoul	La réalisation des travaux de voie ferrée y compris les travaux de quais et abris de quais sur un linéaire 55 km de la nouvelle ligne entre Djelfa et Laghouat.
Djelfa	U.B.O de réalisation DE BDL (Boughezoul)	La réalisation des travaux de voie ferrée y compris les travaux de génie civil des quais et abris de quais sur tout le tronçon entre Boughezoul/Djelfa et Laghouat. Dans cette wilaya l'unité intervient sur un linéaire de 70 km de la nouvelle ligne Boughezoul/Djelfa
	U.B.O de production des traverses monoblocs Hassi Bahbah	La production de 400 traverses monobloc en béton précontraint par jour et par unité de travail.
Biskra	U.B.O de réalisation Biskra	La réalisation des travaux de la voie ferrée du contournement de la ville de Biskra sur un linéaire de 18 Km.
M'sila	Usine de soudage des barres Bouty sayeh (LRS)	La production de barres longues soudées de 288 ML
	Usine de production de traverses Bi Blocs en BA	Cette usine récemment inaugurée est entrée en production effective au mois de Février 2017. L'activité de cette usine qui dépend directement de l'unité de base opérationnelle de réalisation

	VAX U31	Boughezoul/M'sila est la production de traverses bi-blocs en béton armé VAX U31, avec une production journalière de 400 traverses.
	unité de base opérationnelle de réalisation boughezoul/m'sila	La réalisation la part des travaux de voie ferrée et les travaux de quais et abris de quais de la nouvelle ligne entre Ain Lahdjal et M'sila (100 Km).
Tebessa	U.B.O de réalisation Tebessa/ Djebel El Onk	La réalisation des travaux de renouvellement de voie et ballast y compris les travaux connexes sur les lignes : Tébessa/Djebel El Onk (85km)
OUM EL BOUAGHUI	U.B.O de réalisation Ain M'lila	La réalisation des travaux d'embranchement particulier du dépôt de carburant Ain M'lila / Oum el Bouaghi
Annaba	U.B.O de réalisation Annaba/ Ramdane Djamel	La mise à double voie et modernisation des installations sur la ligne Annaba / Ramdan Djamel sur un linéaire de 134 Km (INFRARAIL est en groupement avec l'entreprise étrangère OHL (Espagne). Les travaux de renouvellement de voies et ballast de la ligne Ramdane Djamel/Constantine (14 Km) Les travaux de maintenances de l'ensemble des voies de la cimenterie GICA Hamma Bouziane Les travaux de déviation de la voie ferrée (Port de Skikda) vers la gare de skikda. Travaux de renouvellement de voie ferrée zone port de Annaba (ARCELOR) Travaux de maintenance des embranchements de NAFTAL (Skikda, Berrahal et El Khroub) Travaux de maintenance de la voie dans la région d'Annaba pour le compte de la SNTF
Skikda	U.B.O de	L la production des produits suivants:

	production Salah Bouchaour	Les traverses bi-blocs en béton armé VAX U31 Les joints isolants collés (JIC) de 6, 9 et 12 mètres. Les panneaux et semelles de clôtures Les murettes garde ballast Les caniveaux Les murs de quai
Jijel	U.B.O de réalisation Bellara/ Jijel	la réalisation des travaux de dédoublement de la voie ferrée entre BELLARA ET JIJEL sur un linéaire de 48 Km
Blida	U.B.O de réalisation RVB centre	la réalisation des travaux de renouvellement de voie et ballast de la ligne EL Harrach/El Afroun sur un linéaire de 132 KM
Oran	U.B.O de réalisation Senia	Renouvellement de voie et ballast de la ligne Senia/Ain Temouchent sur un linéarie de 31 km sur les 52km, INFRARAIL est en groupement avec l'entreprise nationale INFRAFER . La réalisation des travaux de voie ferrée de la nouvelle ligne Hassi Mefssoukh/Mostaganem sur un linéaire de 51 km, INFRARAIL est en groupement avec les entreprises nationales (STARR, SEROR). Les travaux de l'embranchement particulier de la deuxième région militaire à Sénia.
Ain Temouchent	U.B.O de production Beni-Saf	L'activité de cette unité est la production des produits préfabriqués en béton armé suivants: La production de la traverse bi-bloc VAX U 31 La production des murs de clôtures L'autre activité de cette unité est la production des agrégats de la carrière TERGA.

Source : Réalisation du chercheur par des donnés du cite d'INFRARAIL

8. Méthodologie de l'investigation : Notre étude empirique a été réalisée au prés d'INFRARAIL SPA unité de BENI-SAF au cours du premier semestre de l'année 2018.

Nous avons choisie de commencer notre enquête par la phase documentaire, en rassemblant l'essentiel des supports techniques sensés enrichir notre investigation et bien connaitre l'ensemble de l'entreprise et son activité.

Notre présence sur le site nous a aussi permit de mener des entrevues personnel avec quelque cadres et qui nous à apporté des réponses claires et précises. Finalement et pour compléter notre enquête, nous avons adressé un questionnaire à un échantillon de 20% du personnel de l'unité, soit 18 salariés à savoir que le personnel total de l'unité est 92 salariés.

9. Le choix de l'échantillon : Le choix des sondés été par quotas, faisant en sorte que chaque individu a la même probabilité d'être choisi en calculant le taux de représentativité pour sélectionner un échantillon de 20% du personnel globale, et qui soit environ 18 salariés divisés selon le tableau suivant. La variation étudiée qu'est des salariés prend la nature des valeurs entières. Les chiffres de l'effectif selon l'échantillon retenu sont réajustés.

Table N°2. Répartition de l'effectif selon l'échantillon retenu en réajustant les chiffres

Fonction / Groupe	*CD*	*CS*	*C + M*	*E*	*Total*
Direction Générale	-	*1*	-	-	*1*
Direction De préfabrication	-	-	*04*	*06*	*10*
Direction de logistique	-	-	*01*	-	*01*
Division	-	-	*01*	-	*01*
Division matériel	-	-	-	-	*0*

Direction RH	**-**	**-**	***01***	**-**	***01***
Direction R financières	**-**	**-**	**-**	**-**	***0***
Laboratoire	**-**	**-**	**-**	***01***	***01***
Division QHSE	**-**	**-**	***01***	**-**	***01***
Division carrière	**-**	**-**	***02***	**-**	***02***
Total	***0***	***01***	***10***	***07***	***18***

Source : Réalisation du chercheur par des donnés de l'unité INFRARAIL BENI SAF

10. Caractéristique de la population étudiée :

Tableau N°03 : Nature de la population étudié

	Fréquence	Pourcentage
Genre		
M	12	66.67%
F	06	33.33%
Niveau d'instruction		
Formation professionnelle	02	11,11%
Niveau secondaire	03	16,67%
Niveau universitaire	13	72,22%
Ancienneté		
De 03 à 05 ans	03	16,67%
De 06 à 10 ans	05	27,78%
Plus que 10 ans	10	55,56%

Source : Réalisation du chercheur par des données du questionnaire

Les résultats obtenus et définit dans le tableau indiquent que la majorité de la population étudiée sont des hommes (66,67%), ce qui est naturel dans une entreprise de production qui recrute des femmes (33,33%) dans les postes administratifs. Le niveau d'instruction varie

selon la fonction, ce qui explique l'exigence d'un certain niveau de connaissances variés selon la fonction confie au salarié.
Nous remarquant aussi que l'entreprise privilège le recrutement interne pour une meilleure stabilité de sa main d'œuvres. Les résultats indiquent aussi la fidélité d'une grande partie de la population et son appartenance à l'entreprise. 55,56 % de la population étudiée ont une expérience de plus que 10 ans.

11. Essai d'analyse de la situation de la communication interne d'INFRARAIL SPA unité de BENI SAF:

a. **Source d'information :** Les résultats obtenu nous mène à confirmer l'existence d'un très grand réseau de communication formel dans l'entreprise avec un pourcentage de 94,44% de l'échantillon qui reçoivent des informations de la direction généralement. La seconde source d'information qu'est les collègues n'est pas très satisfaisante avec un pourcentage de 5,56 % qui disent être informé par ces derniers. Nous remarquant une absence absolu des représentants syndicaux dont aucun des sondés ne reçoive des informations de ces dernier avec un pourcentage de 0%.

b. **Disponibilité de l'information :** D'après les résultats, le totale de l'échantillon juge que les informations nécessaires leurs sont disponible, avec un pourcentage 100% de réponse.

c. **Clarté de l'information :** Selon les résultats de cette rubrique, 77.78% de l'échantillon trouvent que les informations communiquées par la direction sont claire et 22,22% jugent que les informations échangées avec les collègues le sont aussi. Ceci s'ajoute à ce qu'on a pu retenir des résultats de la disponibilité de l'information dont nous considérons que la

direction communique clairement et suffisamment en interne.

d. Difficulté dans l'accès aux informations : La lecture des résultats montre que 50% des sondés trouvent des difficultés dans l'accès aux informations nécessaires au bon fonctionnement de leur travail contre 50% qui les contredisent en répondant par « Non ».

e. Utilité des échanges informels : La majorité de la population sondée reconfirme l'utilité des informations acquises des échanges formels (la direction) avec un pourcentage de 77,78%. Seulement 22,22% de l'échantillon disent que les échanges avec leurs collègues leur apportent des solutions.

f. Travail en groupe : Les résultats obtenus de cette rubrique révèlent que la totalité des sondés préfèrent travailler en groupe, personne ne qui souhaite travailler individuellement. On retient qu'une culture de participation et de partage existe déjà dans cette entreprise ce qui renforce l'acquisition de nouvelles connaissances et le développement des compétences.

12. Synthèse et extrapolation des résultats : D'après ces résultats, nous remarquant que les salariés de cette unité ne donnent pas d'importance à la communication horizontale. Les résultats de notre investigation indique que seule 5,56% des sondés disent être informé par leur collègues et 22,22% d'entre eux jugent que les informations échangées avec leur collègues leur sont claire et utile. Aussi le totale de l'échantillon (100%) disent que les informations nécessaires leur sont disponible par leur direction.

Nous retenant donc de ces résultats que la direction de l'unité INFRARAIL SPA BENI-SAF communique clairement et suffisamment au besoin des salariés en matière d'information interne. Le réseau formel et le plus dominant dans sa communication interne.

Le quasi absence des représentants syndicaux et le minuscule réseau informel existant ne donnent pas l'occasion à la communication horizontale (entre salariés) de jouer son rôle.

On peut conclure que la communication interne de l'unité INFRARAIL SPA de BENI-SAF est enrichie d'un très grand réseau formel (la direction) qui dégage des informations caractérisées utiles pour la population étudiée. Le mouvement des représentants syndicaux est absent dans la plus part du temps. Alors que les collègues, responsable de la communication ascendante en entreprise confirme une minuscule présence en matière des informations utiles pour les salariés d'un coté. D'autre coté, les présents résultats montrent que la population étudiée favorise le travail en groupe, donc une population polyvalente.

Nous recommandons donc à cette entreprise d'encourager les échanges informels entre les salariés dans le bon sens, en le contrôlant par une veille stratégique interne et en l'alimentant par des dispositifs servant des objectifs et sa stratégie global.

13. Les limites de notre investigation :

INFRARAIL SPA filiale de la SNTF est une très grande entreprise nationale qui active dans un très grand axe et dont nous avons traité une seule unité (INFRARAIL SPA unité de BENI-SAF). Se qui limite nos résultats dont nous espérons traiter toute les unités dans d'autre projet pour donner plus de sens à notre analyse.

14. Conclusion :

La communication interne est considérée comme un phénomène naturel dans toute institution, car « on ne peut pas ne pas communiquer » [Paul WATZLAWICK, école de Palo Alto]. L'informalité peut être source de rumeurs mais aussi de partage de connaissances. Elle doit donc être contrôlée pour un meilleur usage. Les résultats de notre investigation nous montrent que le réseau formel est le réseau le plus dominant. Nous remarquant aussi l'absence du mouvement des représentants syndicaux, responsables de l'aspect

social. Alor que la direction de l'entreprise marque sa présence. Les efforts de la direction en matière de communication s'expliquent par l'existence d'une bonne communication ascendante et la qualité des informations émises par cette dernière.

Le réseau informel n'est pas qu'une source de rumeurs et déclencheur des résistances, c'est un moyen de partage de l'information, des connaissances et un espace virtuel d'acquisition des compétences pour ceux qui souhaitent s'améliorer et donner plus à leur entreprise.

L'entreprise va donc se trouver dans l'obligation de créer des espaces, des forums par exemple et donner l'occasion à l'ensemble de son personnel d'être plus communiquant afin de réduire les cloisonnements et les isolements pour améliorer la coordination des actions.

L'entreprise actuelle et intelligente donne plus d'importance au coté positif et apportant du réseau informel avec l'encrage d'une culture de partage et d'apprentissage. Les échanges informels ne sont plus perçus comme une menace aujourd'hui, en retenant leurs effets positifs qui donnent une vie à l'intérieur de l'entreprise, dynamise la volonté d'être à son travail pour apprendre, partager les connaissances et les compétences.

15. Bibliographie:

1. H.Mintzberg, 1982, Structure et dynamique des organisations, éd d'organisation, Paris, p247
2. John R. Schermerhorn, Jr, James G. Hunt, Richard N. Osborn, Claire de Billy, 2006, Comportement humain et organisation. 3 ème éd ERPI. Canada , p386
3. Guillaume Ebelmann, 2003, Intelligence économique, Enjeux, définitions et méthodes: http://www.veille.ma/IMG/pdf/white-paper-IE (consulté le 07/01/2018), p04
4. Idem,

[5.] Idem,
[6.] Lorraine conseil régional communié européennes, 2002, Intelligence économique, un guide pour débutant et praticiens, p22
[7.] Idem
[8.] Idem
[9.] Idem
[10.] Fanelly Nguyen-Thanh, 1991, La communication interne, une stratégie au service de l'entreprise, éd ECONOMICA, Paris, p24
[11.] Site web officiel INFRARAIL http://infrarail.dz/2016/09/19/historique-2/(consulté le 07/01/2018)

5. Annexes : Résultats obtenu du questionnaire :

Niveau d'instruction

	Fréquence	Pourcentage
Formation professionnelle	2	11,11
Niveau secondaire	3	16,67
Universitaire	13	72,22
	18	100

Ancienneté

	Fréquence	Pourcentage
De 3 à 5 ans	3	16,67
De 6 à 10 ans	5	27,78
Plus que 10 ans	10	55,56
	18	100

Source d'informations		
	Fréquence	**Pourcentage**
La direction	17	94,44
Les collègues	1	5,56
Les représentants syndicaux	0	0
	18	100

Disponibilité d'informations		
	Fréquence	**Pourcentage**
Oui	18	100
Non	0	0
	18	100

Clarté de l'information		
	Fréquence	**Pourcentage**
La direction	14	77,78
Les collègues	4	22,22
Les représentants syndicaux	0	0
	18	100

Difficulté dans l'accès aux informations		
	Fréquence	**Pourcentage**
Oui	9	50
Non	9	50
	18	100

Utilité des échanges informels

	Fréquence	Pourcentage
Oui	4	22,22
Non	14	77,78
	18	100

Mode de travail

	Fréquence	Pourcentage
Oui	18	100
Non	0	0
	18	100