

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

Ministere de l'enseignement superieur et de la recherche scientifique

Université De Constantine (03) salah boubnider
Faculté d'Architecture et d'Urbanisme

جامعة قسنطينة (03) صالح بوبنيدر
كلية الهندسة المعمارية والتعمير



قسم إدارة المشاريع
DEPARTEMENT MANAGEMENT DE PROJETS



N° d'ordre.....

Série.....

Mémoire de fin de cycle

En Vue d'Obtention du Diplôme de Master

**Impact de la communication interne et externe dans
les entreprises de construction.**

**Cas de l'entreprise Boulechfar Ali, 400 logements
LPL (UV 18, Ali Mendjeli, Constantine)**

Présente Par :

TOUMI MOHAMED HAMZA

Dirigé par :

Dr. SAIGHI OUAFA

ANNEE UNIVERSITAIRE 2018 - 2019

SOMMAIRE

LISTES DES FIGURES :	7
LISTE DES TABLEAUX :	9
TABLE DES SIGLES ET ACRONYMES :	10
PARTIE INTRODUCTIVE	12
INTRODUCTION GENERALE	13
2 LES HYPOTHESES	14
2 LES OBJECTIFS	14
3 LE CHOIX DU THEME	14
4 LES DIFFICULTES RENCONTREES	14
LA PREMIERE PARTIE : SECTEUR ET LA COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE	15
INTRODUCTION :	16
I- CHAPITRE 01 : LE SECTEUR ETUDIE	17
<i>I-1 Définition de l'habitat :</i>	18
<i>I-2 Planification de l'habitat en Algérie :</i>	18
a- Période de 1962 à 1969 :	18
b- Période de 1970 à 1973 :	18
c- Période de 1974 à 1977 :	18
d- Période (1980-1990) : La crise du logement.	19
e- Période de 1990 à 2000 :	19
<i>I-3 Résorption de l'habitat précaire (RHP)</i>	19
I-3-1 Les programmes de RHP à Constantine :	20
I-3-2 Logement Public Locatif :	24
II- CHAPITRE 02 : LA COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE	26
<i>II-1 Définition des concepts clés</i>	27
a-Définition de management de la communication :	27
b-Définition de la communication :	27
c-La communication interne :	28
d- La communication externe :	28
e-La stratégie de communication :	28
<i>II-2 La communication interne</i>	28
II-2-1 Les principes fondamentaux de la communication interne	28
II-2-2 Les formes de la communication interne	29
a- La communication interpersonnelle :	29
b- La communication de masse.....	29
c- La communication de groupe	29
II-2-3 Les caractéristiques de la communication interne.....	30
a- Communication formelle et informelle	30
b- Communication ascendante et descendante.....	30
c- Communication horizontale et diagonale	30
d- Communication unidirectionnelle et bidirectionnelle.....	31
II-2-4 Les moyens de la communication interne	31
a- Les moyens écrits	31
b- Les outils oraux	31
e- Les moyens techniques et électroniques.....	32
II-2-5 les objectifs de la communication interne	32
<i>II-3 La communication externe</i>	33
II-3-1 Objectifs de la communication externe.....	33
II-3-2 Les moyens de la communication externe	33
1- La communication grande média.....	33
1-1 la publicité	34

1-2-La communication hors média.....	34
a- Les relations avec la presse.....	34
b- Les relations publiques:.....	35
c- Le mécénat et le sponsoring.....	35
1-3 Les formes de la communication externe.....	35
a- La communication institutionnelle.....	35
b- La communication financière.....	36
c- La communication commerciale.....	36
1-4 Le rôle essentiel de la communication externe.....	36
1-5 La stratégie de la communication externe :.....	37
1-6 Les outils de la communication externe :.....	37
a- Les outils de la communication externe avec les différentes parties prenantes (maitrise d'œuvre, maitrise d'ouvrage,....).....	37
a-1 Affichage.....	37
a-2 Courrier.....	38
a-3 Email et journal :.....	38
a-4 Médias électroniques (télévision, radio, vidéo, Internet, etc.).....	38
a-5 Les sites Internet :.....	38
a-6 Brainstorming.....	38
a-7 Cartes de visite :.....	38
a-8 Réseaux sociaux :.....	38
a-9 Réunion :.....	39
a-10 Entretien individuel :.....	39
a-11 Communication informelle :.....	39
a-12 Appels téléphoniques.....	39
b- Les outils de la communication externe avec le grand public :.....	39
b-1 Relations publiques :.....	39
b-2 Emailing :.....	39
b-3 Site internet :.....	39
b-4 Réseaux sociaux :.....	39
b-5 Communiqués de presse :.....	40
b-6 Salons ou évènements :.....	40
b-7 Stands d'exposition :.....	40
b-8 Publicité :.....	40
b-9 Affichage :.....	40
b-10 Parrainage et sponsoring des événements :.....	41
CONCLUSION :.....	42
DEUXIEME PARTIE : LE PROJET ET TRAVAIL DE TERRAIN.....	43
INTRODUCTION.....	44
III CHAPITRE 03 : ETUDE DE CAS.....	45
<i>III-1-1 Présentation du projet :.....</i>	<i>46</i>
III-1-1-1 Fiche technique du projet :.....	46
III-1-1-2 Les intervenants :.....	47
A- Maitre ouvrage :.....	47
B- Entreprises et Maitre d'œuvre.....	47
C- Contrôle Technique.....	48
D- Laboratoire.....	48
<i>III-1-2 Analyse de projet.....</i>	<i>48</i>
II-1-2-1 Sur le plan architectural et urbain.....	48
II-1-2-1-1 Analyse sur le volet architectural.....	50
III-1-2-1-2 Les plans.....	51
III-1-2-1-3 Le Programme surfacique.....	53
III-1-2-1-4 Synthèse.....	54
III-1-2-2 Sur le plan technique :.....	55
III-1-2-2-1 Plan d'installation du chantier (PIC).....	55
III-1-2-2-2 Avancement des travaux arrêté au 21/09/2018.....	56

4-	Représentation les outils de la communication externe utilisé dans l'entreprise avec le grand public :	120
5-	Représentation les objectifs de la communication externe :	121
6-	L'importance de la communication externe dans l'entreprise :	121
7-	Représentation de considération de la communication externe dans votre entreprise :	122
8-	Représentation de l'amélioration de la communication externe au sein de l'entreprise :	123
V-	Croisements des résultats :	124
1-	La corrélation de l'ancienneté avec communication entre les collègues à l'intérieur de l'entreprise :	124
2-	L'usage des outils de communication interne par les catégories socioprofessionnelles :	125
3-	L'usage des outils de communication interne entre l'employé par les catégories socioprofessionnelles :	126
4-	L'usage des outils de communication interne entre le responsable par les catégories socioprofessionnelles : ..	127
5-	L'usage des outils de communication externe avec le grand public par les catégories socioprofessionnelles : ..	128
6-	L'usage des outils de communication externe les différentes parties prenantes par les catégories socioprofessionnelles :	129
7-	La corrélation entre les objectifs de la communication interne et les catégories socioprofessionnelles :	130
8-	La corrélation entre les objectifs de la communication interne et le niveau d'instruction :	131
9-	La corrélation entre les objectifs de la communication externe et les catégories socioprofessionnelles :	133
10-	La corrélation entre les objectifs de la communication externe et le niveau d'instruction :	134
11-	Les outils de la communication interne selon l'ancienneté :	135
12-	Les outils de la communication externe avec le grand public selon l'ancienneté :	136
13-	Les outils de la communication externe avec les différentes parties prenantes selon l'ancienneté :	138
14-	L'importance de la communication externe selon les catégories socioprofessionnelles :	139
	<i>Les résultats de l'étude</i>	140
	CONCLUSION	141
	CONCLUSION GENERALE	142
	LA LISTE BIBLIOGRAPHIQUE :	143
	1-les ouvrages :	143
	2-Les ouvrages méthodologiques :	145
	3-les dictionnaires :	145
	4-Les sites Internet :	145
	5 - Les articles :	146
	LES ANNEXES	147
	<i>Questionnaire en français</i> :	147
	SECTION I. Informations Personnelles	147
	SECTION II. Expérience Professionnelle	148
	SECTION III. La Communication Interne	148
	SECTION IV. La Communication Externe	150
	<i>Questionnaire en arabe</i> :	153
	القسم الأول: المعلومات الشخصية	153
	القسم الثاني: الخبرة المهنية	154
	القسم الثالث: التواصل الداخلي	154
	القسم الرابع: التواصل الخارجي	156
	COUVERTURE ET RÉSUMÉS:	159

Couverture et résumés:

المخلص

هذا العمل هو جزء من عمل ماستر في السنة الثانية في إدارة المشاريع. وتتكون من دراسة وتنفيذ 400 مسكن إيجار عام في ولاية علي منجلي UV18 بولاية قسنطينة والتي تم تسجيلها في برنامج RHP 2000 السكني لعام 2008. استفاد المشروع (دراسة حالة) من عمل تشخيصي، تحليل على عدة جوانب (الهندسة المعمارية والحضرية والتقنية وإدارة المشروع). في الجزء العملي، كنا مهتمين بالتحقق من تأثير الاتصالات الداخلية والخارجية في الشركة. استند العمل إلى مسح ميداني عن طريق إرسال استبيان إلى 60 موظفاً من الشركة المعنية، ومن بين نتائج الاستبيان، وجدنا أوجه القصور في الاتصالات الداخلية للشركة والتي تتعلق بأدوات الاتصال الداخلية الكلاسيكية. قمنا باقتراح إجراءات لهذه الشركة لتحسين مستوى الاتصالات الداخلية والخارجية. يظل هذا العمل محاولة لتقييم تأثير الاتصالات الداخلية والخارجية، ونحن ندرك أن الأعمال الأخرى المستندة إلى هذا العمل المتواضع يمكن أن تجلب المزيد من المعلومات لهذا الموضوع.

الكلمات المفتاحية

تأجير المساكن العامة، ارتشاف المساكن غير المستقرة، التواصل الداخلي والخارجي، المشروع، الاستبيان.

Résumé

Ce travail s'inscrit dans le travail de 2^{ème} année master en management de projet. Il consiste en l'étude et la réalisation de 400 logements publics locatifs à Ali Mendjeli UV18 wilaya de Constantine qui sont inscrits dans le programme de 2000 logements RHP de l'année 2008.

Le projet (étude de cas) a bénéficié d'un travail de diagnostic, une analyse sur plusieurs volets (architectural et urbain, technique, gestion de projet).

Dans la partie pratique, nous nous sommes intéressés à vérifier l'impact de la communication interne et externe dans l'entreprise. Le travail s'est basé sur une enquête de terrain en adressant un questionnaire à 60 employés de l'entreprise en question, Parmi les résultats de l'enquête, nous soulevons des lacunes de l'entreprise en matière de communication interne qui sont liées aux outils de communication interne classique.

Nous proposons des actions pour cette entreprise pour pouvoir améliorer le niveau de communication interne et externe.

Ce travail reste un essai pour pouvoir évaluer l'impact de la communication interne et externe, nous sommes conscients que d'autres travaux se basant sur cet humble travail peuvent apporter plus d'information à cette thématique.

Mots clés

Logement public locatif, Résorption de l'habitat précaire, communication interne et externe, le projet, questionnaire.