

*ÉCOLE NATIONALE DES POSTES DU
TCHAD*

SYNTHÈSE DE MÉMOIRE DE FIN
D'ÉTUDE POUR L'OBTENTION DU
DIPLÔME D'INSPECTEUR DES SERVICES
POSTAUX ET FINANCIERS

Dans le souci d'impulser une nouvelle dynamique à ses activités, la STPE a procédé à un recrutement externe suivi d'une formation s'étendant sur douze mois pour les Inspecteurs que nous sommes. Entre dans cette formation, le stage dit d'étude que nous venons de terminer et pour lequel est rédigé le mémoire de fin d'étude dont voici la synthèse :

Suite à la restructuration du secteur des Postes et télécommunications, l'opérateur postal public est à la croisée des chemins. L'heure est sonnée de faire des choix stratégiques pour sa modernisation. S'inscrit aussi dans ce cadre notre thème à savoir, ***communication interne de la STPE et motivation du personnel***. Il s'agit à travers ce thème, d'éclairer l'idée que le personnel se fait de son entreprise et de mettre à jour les modes de relations entre les individus et les services.

La STPE, faut-il le rappeler, est en bute à d'énormes difficultés liées, entre autres causes, au manque de fonds de roulement, mais aussi à son style de management caractérisé par une communication déficiente entre les services d'exploitation et la Direction Générale. On se demande alors quelle communication interne faut-il pour motiver davantage le personnel ? Comment ce dernier perçoit-il les activités de la société et quel est son degré d'implication dans lesdites activités?

Notre étude, vous vous en doutez, vise à :

- décrire la communication interne de la STPE;
- recenser les stratégies de communication interne les plus adaptées à la motivation du personnel.

Par hypothèse, nous disons que:

- la STPE ne dispose pas d'un plan élaboré de communication interne;

- l'inexistence de cette plate-forme communicationnelle a entraîné la démotivation du personnel;
- une bonne gestion de l'information et de la communication peut mobiliser les troupes.

Pour vérifier ces hypothèses, nous avons orienté notre recherche sur l'exploitation des documents disponibles tant en matière postale qu'en communication. En plus de l'observation, nous avons aussi interrogé le personnel de la STPE.

La STPE est une personne morale de droit public dotée d'une autonomie financière et de gestion. Placée sous la tutelle du Ministère des Postes des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication, la STPE est administrée par un conseil d'Administration composé de sept membres dont un délégué du personnel. Elle est organisée en une Direction Générale, une

Direction de Production et une Direction Administrative et Financière. Chaque Direction est assistée de services spécifiques.

La STPE est l'une des rares sociétés à ne pas se doter d'un plan de communication. N'ayant pas un calendrier d'exécution de ses actions de communication, la société agit au coup par coup. Quatre mouvements de communication sont toutefois observés à la STPE à savoir : la communication institutionnelle, la communication hiérarchique et fonctionnelle, l'information de gestion et la communication informelle. A chaque circulation de l'information correspond un mode de communication; et chaque mode de communication se sert d'un support de transmission.

La communication interne recouvre non seulement l'échange des nouvelles et des messages. Mais l'ensemble de l'activité des individus. Elle représente, à cet égard, un enjeu de productivité. Cependant, des obstacles subsistent qui

la rendent parfois sans effet.

Nul ne peut ignorer la valeur d'une communication interne dans la motivation du personnel. La communication interne, faut-il le préciser, englobe l'ensemble des actes de communication qui se produisent à l'intérieur d'une entreprise. Quant à la motivation, elle désigne les forces qui agissent sur une personne ou en elle-même, pour la pousser à se conduire d'une manière spécifique orientée vers un objectif. La motivation est donc une incitation à la responsabilité.

Consciente de la moindre motivation de ses personnels, la STPE s'est lancée, à sa manière, à la séduction et à la conviction de ses salariés par des actions de communication tous azimuts. Elle diffuse alors dans ses services des informations motivantes, telles que celles portant sur les indemnités de responsabilité, d'ancienneté, de logement, de déplacement ou de caisse du receveur, les congés payés ainsi que les frais de scolarité des enfants.

Durant notre stage, nous avons constaté qu'en l'absence d'un service de communication interne, la gestion de celle-ci est très peu efficace. Le système de communication de la société reste, par ailleurs, très hiérarchisé, utilisant comme moyen privilégié de diffusion l'affichage et les notes de service. Sur le plan latéral, l'information ne circule pas comme il se doit entre les différentes Directions. Bref, le caractère embryonnaire de la communication de motivation de la STPE ne suscite pas une réelle adhésion du personnel à la vie de la société.

Pour intéresser davantage le personnel, nous avons, entre autres propositions, recommandé la création d'une structure de communication tant interne qu'externe, dotée de moyens conséquents; la conception et la formulation d'une stratégie de communication interne en temps normal et En temps de crise

Notons que ce travail n'a pas été finalisé sans difficultés. La plus grande de celles-ci est la rétention de l'information. Ces entraves expliquent sans nul doute les insuffisances constatées dans ce mémoire qui est loin d'être parfait.

Voilà, brièvement présentée, la quintessence de notre mémoire.

Merci de l'avoir parcouru !