Revue COSSI

N° 8 | 2020
La place de la communication interne dans le management de la performance et la compétitivité du capital humain des organisations publiques et privées

La place de la communication interne dans le management de la performance et la compétitivité du capital humain des organisations publiques et privées

Abdellah ABIL *Professeur-Chercheur*
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion
Université Ibn Zohr, Agadir

Édition électronique :
URL :
https://revue-cossi.numerev.com/articles/revue-8/24-la-place-de-la-communication-interne-dans-le-management-de-la-performance-et-la-competitivite-du-capital-humain-des-organisations-publiques-et-privees
DOI : numerev_1563
Date de publication : 20/07/2020

CertiScience© *Certifié évalué par les pairs*

Cette publication est sous licence **CC BY-NC-ND** (Attribution - No commercial - No derivatives).

Pour **citer cette publication** : ABIL, A. (2020) La place de la communication interne dans le management de la performance et la compétitivité du capital humain des organisations publiques et privées. *Revue COSSI*, (8). https://doi.org/10.34745/numerev_1563

La communication interne dans une dimension performative, pourrait être en mesure d'influencer les attitudes et les comportements des salariés et ainsi être corrélée à la performance et aux résultats de l'organisation. Le rôle du management et en particulier du dirigeant dans sa façon de concevoir le capital humain a un impact fort sur la valeur ajoutée de la communication interne et sa capacité à développer des missions stratégiques et non pas uniquement basée sur les outils.

La communication interne découle de la stratégie de l'organisation et doit tenir compte des dynamiques culturelles en action dans ladite organisation et semble de plus en plus aujourd'hui devenir un processus central, en cela une nouvelle fonction constitutive du management.

Mots-clés :
Communication interne, Performance du capital humain, Investigations empiriques, Analyses horizontales et verticales, Entreprises familiales

---

La communication interne dans une dimension performative, pourrait être en mesure d'influencer les attitudes et les comportements des salariés et ainsi être corrélée à la performance et aux résultats de l'organisation. Le rôle du management et en particulier du dirigeant dans sa façon de concevoir le capital humain a un impact fort sur la valeur ajoutée de la communication interne et sa capacité à développer des missions stratégiques et non pas uniquement basée sur les outils.

La communication interne découle de la stratégie de l'organisation et doit tenir compte des dynamiques culturelles en action dans ladite organisation et semble de plus en plus aujourd'hui devenir un processus central, en cela une nouvelle fonction constitutive du management.

Ce numéro sur « la place de la communication interne dans le management de la performance et la compétitivité du capital humain des organisations publics et privés», s'inscrit dans une perspective d'échange responsable entre chercheurs en communication des organisation, management du capital humain et praticiens de la communication des organisations publiques et privées ; dans une dialectique de recherche et développement disciplinaire et interdisciplinaire (sciences de l'information

et de la communication, sciences de Gestion…)

Le numéro ouvre également le débat sur une question pluridimensionnelle et multidisciplinaire, à savoir : « comment repenser l'apport des pratiques de la communication interne dans le management de la performance et la compétitivité du capital humain des organisations publiques et privés ». Nous souhaitons à travers les réponses fournies par les chercheurs et les praticiens provenant de toutes disciplines et secteurs confondus comprendre les relations existantes entre la communication interne et le management de la compétitivité du capital humain des organisations publiques et privées, afin de maintenir ou de contribuer à leur performance et compétitivité dans un contexte de changement organisationnel permanent. L'articulation entre communication et management est souvent présentée comme devant fonctionner en symbiose, mais est-ce toujours le cas ? Quelles sont les conditions ou bien les difficultés pour y parvenir ?

Les contributions attendues des enseignants-chercheurs et professionnels de la communication des organisations et du management de la performance du capital humain pourront couvrir une large plage de domaines allant de la communication interne en passant par le management des ressources humaines et la communication marketing intégrée en rapport avec « la place de la communication interne dans le management de la performance et la compétitivité du capital humain des organisations publics et privés ». Leurs définitions, leurs apports dans les processus de décision, mais également plus globalement les questions de légitimité des dirigeants, des personnels, dans l'action des organisations.