

الاتصال المسؤول كرهان حديث لتحقيق التنمية المستدامة في المؤسسة الاقتصادية -  
مؤسسة تريفيسود العالمة نموذجاً -

Responsible communication as a modern bet to achieve sustainable development in the economic  
institution.-TREFISOUD EL-EULMA Foundation as a model-

ام الرتم سحر

جامعة محمد لىن دباعىن سطىف 2، العنوان الالكترونى المهى [s.oumertem@univ-setif2.dz](mailto:s.oumertem@univ-setif2.dz)

تارىخ الاستلام: 2021/09/01 تاريخ القبول: 2022/05/24 تاريخ النشر: 2022/06/01

**ملخص:** يهدف هذا البحث إلى إبراز مدى التزام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بمبادئ الاتصال المسؤول كأداة لتحقيق التنمية المستدامة بأبعادها الثلاثة (البيئية، الاقتصادية والاجتماعية)، هذا النمط الاتصالي الحديث الذي يعنى بنقل الآثار البيئية والمجتمعية من المؤسسة لمختلف الأطراف ذوي العلاقة بها، ليقرب وجهات النظر بينهم وكذلك لمعالجة القضايا البيئية والاجتماعية المتعلقة بالنشاط التجاري للشركات، وقد توصلت الدراسة التي أجريت على مؤسسة تريفيسود إلى أن المؤسسة محل الدراسة ليست بمعزل عن هاته الضغوط لذا فقد سعت جاهدة للالتزام بيئياً وأخلاقياً والتوجه نحو تبني مفهوم الاتصال المسؤول في تعاملاتها مع أصحاب المصالح معها، وهذا مامكنها من الحصول على جملة من المواصفات والمعايير الدولية منها: الايزو 9001، ايزو 14001، وكذلك مواصفة ايزو. *OHSAS 18001.2007*.  
كلمات مفتاحية: الاتصال المسؤول، التنمية المستدامة، المسؤولية البيئية، المسؤولية الاجتماعية، أصحاب المصالح.

**Abstract:** This research aims to highlight the extent to which Algerian Economic institutions are committed to the principles of responsible communication as a tool to achieve sustainable development in its three dimensions (environmental, economic and social). This modern communication style is concerned with transferring the environmental and societal impacts from the institution to the various parties involved in it to bring their views closer, as well as to address environmental and social issues related to the commercial activity of companies. The study conducted on the "TREFISOUD" Foundation concluded that the institution under study is not isolated from these pressures, so it has strived to be environmentally and ethically committed and to adopt the the concept of responsible communication in its dealings with stakeholders. This is what made it obtain a number of international standards Such as: ISO 9001; ISO 14001 and ISO-OHSAS10081-2007.

**Keywords:** Responsible communication, sustainable development, environmental responsibility, social responsibility, stakeholders

\*المؤلف المرسل

## 1. مقدمة:

تعتبر الأنشطة الصناعية مصدراً من المصادر الرئيسية التي تؤثر على سلامة البيئة المحيطة و ذلك عن طريق إفراز ملوثات صناعية، سواء كانت غازية أو سائلة أو صلبة، ولا يمكن اعتبار جودة الصناعات دون التحكم البيئي وإيجاد حلول للمخاطر و المشاكل البيئية لهذه الصناعة وأثارها السلبية على المجتمع، لذا فإن الوعي البيئي والمجتمعي المتزايد حول العالم يدفع بالشركات للتحرك بنشئ الوسائل المتاحة للحفاظ على البيئة و ابراز مدى التزامها بيئياً وأخلاقياً ، ومن بين الحلول المتوفرة إبراز التزامها اتجاه الأطراف ذوي العلاقة وفي مقدمتهم المستهلك والمجتمع المدني من خلال تبني الاتصال المسؤول لإدارة سليمة بيئياً ولها خدمة اجتماعية، والتي توفر أسلوباً و طريقة للانتشار في الهياكل الإدارية بالشركات الصناعية بهدف حماية البيئة والضمان الكامل بتطبيق التشريعات البيئية، الأمر الذي يؤدي إلى التخلص من الملوثات الصناعية والتحسين المستمر للأداء البيئي وبالتالي كسب تأييد المجتمع المدني، الأمر الذي اجتذب العديد من الشركات الصناعية حول العالم كخطوة أولى أساسية للحصول على اعتراف المجتمع المدني الذي أصبح شرط من شروط التصدير إلى السوق الأوروبية المشتركة والحصول على القروض والتسهيلات من البنوك العالمية.

وفي ظل مختلف التغيرات البيئية والاجتماعية المرتبطة بأنشطة المؤسسات الاقتصادية و بروز جمعيات وهيئات من مختلف أنحاء العالم تنادي بالمحافظة على البيئة والاهتمام بالمستهلك وتعزيز حقوقه إلى الحد الذي يكون فيه قادراً على الدفاع عن رغباته و صدور العديد من القوانين والتشريعات التي تنص على ضرورة إعادة النظر بمسؤولية المؤسسات الاجتماعية، الأخلاقية والبيئية في ممارساتها التسويقية. وفي ظل المنتظرات الجديدة للأطراف ذوي العلاقة ومختلف ضغوطاتهم على المؤسسة الاقتصادية ظهر ما يعرف بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات النهج الذي اعتمده العديد من الشركات

لتعبر عن توجهاتها والتزامها بتطبيق التنمية المستدامة وخصوصا في سياق الاتصالات فظهر مفهوم الاتصال المسؤول الذي تبنته المؤسسات لتقريب وجهات النظر مع الأطراف ذوي العلاقة ومعالجة القضايا البيئية والاجتماعية المتعلقة بالنشاط التجاري للشركات، حيث تكمن أهمية الاتصال المسؤول في نقطتين: فمن جهة هو يتعلق بالاتصال بطريقة مسؤولة بما في ذلك الأخذ بعين الاعتبار المستقبلين للاتصال وهم الأطراف ذوي العلاقة أو الذين تستهدفهم بهذه الأنشطة، ومن جهة أخرى فهو يتعلق حول الاتصال بالمواضيع المسؤولة التي تتوجه لتكون محترمة للجوانب البيئية والاجتماعية وتكون صادقة وتعكس حقائق واضحة، وبما أن المؤسسات الجزائرية ليست بمعزل عن هاته الضغوط فقد سعت جاهدة للالتزام بيئيا وأخلاقيا والتوجه نحو تبني مفهوم الاتصال المسؤول في تعاملاتها مع أصحاب المصالح معها، ومن بينها مؤسسة تريفيسود العالمة التي سعت جاهدة للحفاظ على مكانتها في السوق الوطني والدولي من خلال محاولة الالتزام بيئيا واجتماعيا وكذا أخلاقيا لتحقيق التنمية المستدامة، وفي ظل هذا الطرح سنحاول الإجابة على التساؤلات الآتية: هل تلتزم المؤسسة الاقتصادية تريفيسود بمبادئ الاتصال المسؤول؟

وللإجابة عليه سنركز على الإجابة على سؤالين فرعيين،

- هل تلتزم مؤسسة تريفيسود بيئيا أثناء ممارستها لأنشطتها التجارية؟
- هل تلتزم المؤسسة بمبادئ الاتصال الاجتماعي لبناء علاقتها مع الأطراف ذوي العلاقة؟

## 2. الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة:

تحديد مفاهيم الدراسة:

أولا مفهوم الاتصال المسؤول :

في ظل المنتظرات الجديدة للأطراف ذوي العلاقة ومختلف ضغوطاتهم على المؤسسة الاقتصادية ظهر الاتصال المسؤول في مواجهة المشاكل البيئية والاجتماعية المرتبطة بأنشطة المؤسسة الاقتصادية بظهور المسؤولية الاجتماعية والبيئية RSE ليعبر عن توجهات تطبيق التنمية المستدامة بالمؤسسة الاقتصادية، إذن يمكن القول أن هذا

النوع من الاتصالات ظهر في نهاية الثمانينات من القرن العشرين وسي "بالاتصال الأخضر " ابتداء من الاتصال بين المؤسسة والأفراد الذين يتبنون مفهوم المنتج الأخضر في جل ميادين حياتهم ، ويعرف الاتصال المسؤول على انه :

" هو ذلك الاتصال الذي يأخذ في عين الاعتبار الجوانب البيئية والاجتماعية للرسائل التي ينشرها وأيضا في طرق نقل الرسائل التي توجهها المؤسسة الاقتصادية للإطراف ذوي العلاقة بها والتي تعكس التزامها اتجاههم ."

كما يعرف على انه " الاستعمال الاستراتيجي والمخطط للعمليات والأنشطة الاتصالية من اجل النقل الفعال للسياسة البيئية الموضوعة لمشاركة الجمهور في وضع المشاريع الموجهة نحو تحقيق الاستدامة البيئية . ويشتمل الاتصال المسؤول على نقطتين أساسيتين :

1. من جهة يتعلق بالاتصالات بطريقة مسؤولة بما في ذلك الأخذ بعين الاعتبار المستقبلين للاتصال وهم الأطراف ذوي العلاقة أو الذين تستهدفهم المؤسسة بالأنشطة الاتصالية .

2. يتعلق بالاتصال حول المواضيع المسؤولة التي توجه لتكون محترمة للجوانب البيئية والاجتماعية وتكون صادقة وتعكس حقائق واضحة . (Gérard ;sans n0d édition ; p6)

ثانيا- مفهوم التنمية المستدامة: ظهر مفهوم التنمية المستدامة لأول مرة في تقرير لجنة بروتلاند الذي كان بعنوان " مستقبلنا المشترك"، حيث عرف هذا التقرير التنمية المستدامة على أنها القدرة على ضمان إشباع حاجات الجيل الحاضر دون التضحية بحاجات الجيل القادم في إشباعه لحاجاته. ( علي عبد الرزاق، 2013، ص 24) وللتنمية المستدامة ثلاث أبعاد رئيسية:

البعد الاقتصادي: الذي يهدف أساسا إلى تحقيق تنمية اقتصادية مستدامة.

البعد الاجتماعي: الذي يهدف لتحقيق تنمية وعدالة اجتماعية.

البعد البيئي: ويهدف أساسا إلى المحافظة على التوازن البيئي.

وعليه فالتنمية المستدامة هي نمو اقتصادي، عدالة اجتماعية، وحماية للبيئة.

ثالثا: مفهوم المسؤولية الاجتماعية: تعرف على أنها: "مقاربة طوعية تتبناها الشركة لتحقيق منتظرات أصحاب المصالح، عن طريق دمج الاعتبارات أو الانشغالات الاجتماعية، الأخلاقية، والبيئية بالأهداف الاقتصادية للمؤسسة والالتزام القانوني، إضافة إلى التزام الشركة بالتعامل الأخلاقي والمساهمة في التنمية الاقتصادية والاهتمام بالعاملين وأسرههم وبالمجتمع المحلي والدولي. (ناصر وآخرون، 2013، ص 30)

رابعا مفهوم المسؤولية البيئية:

عرفت المسؤولية البيئية للمؤسسة على أنها "إذا كانت الأعمال تعمل من أجل بيئة لا محدودة الموارد وسلع بيئية مجانية وتكاليف خارجية يتحملها المجتمع أو الطبيعة، فإن المسؤولية البيئية هي إعادة التوازن في علاقة الأعمال بالبيئة من خلال التأكيد على محدودية الموارد، وكون السلع البيئية ذات تكلفة شأنها شأن عوامل الإنتاج الأخرى كالعمل ورأس المال، وبالتالي فهي تكلفة داخلية على من يستخدمها أو يفسدها أو يلوثها إن يتحملها" (حمزة، 2012/2013، ص 4)

2.2 الإطار النظري للدراسة:

شقي الاتصال المسؤول

1 – الاتصال البيئي : من أهم الدعائم التي ينبغي أن تكون موجودة من اجل إيصال رسالة البيئة إلى الجميع تتمثل في وجود الاتصال البيئي ويقصد بالاتصال البيئي مجموع الأنشطة الاتصالية التي يمكن أن تحدث تغيير في المعارف والآراء والاتجاهات والسلوكيات التي لها علاقة مباشرة مع البيئة في المجتمع ،باعتبار أن هذا التغيير ضرورة ملحة لمواجهة المشاكل البيئية ، كما أن الاتصال البيئي يعتبر محرك للعمل البيئي وهو قاعدة أساسية للنجاح والتقليل من المخاطر التي تهدد البيئة. ويعتبر الاتصال البيئي عنصر رئيسي في إستراتيجية الاتصال المسؤول في المؤسسة إذ ينقل رسالة البيئة لجميع الأطراف ذوي العلاقة بها ، ويبرز دور الاتصال البيئي في تطبيق نظام الإدارة البيئية في المستوى الداخلي

على جميع المستويات الداخلية في المؤسسة أما خارجيا فيبرز دوره في نقل وتوضيح الالتزام البيئي للمؤسسة للأطراف ذوي العلاقة وفي مقدمته المستهلكين ومنظمات المجتمع المدني . متداخلات في آن واحد وهي: التربية البيئية، الثقافة البيئية، الإعلام البيئي. (اسماء، 2009-2010، ص 85)

2- الاتصال الاجتماعي: يعرف الاتصال الاجتماعي على انه: نقل الأفكار من طرف إلى طرف آخر ، فهو الركيزة الأولى للسلطة، وذلك من أجل تطوير المعارف ودفع الوعي الاجتماعي إلى الطريق الأصوب وتغيير السلوك المعاكس للطبيعة السليمة للإنسان، وتحسين نظام حياته وسلوكاته عن طريق الإقناع والتأثير على تصرفاته. (Michel;1985;p81) وقد بدا استعمال الاتصال الاجتماعي عام 1973 ، من طرف السلطات العمومية الفرنسية في ميدان الصحة والأمن، وقد أظهرت النتائج أن هذا الفرع ذا فعالية كبيرة ، حيث أدى إلى ظهور ما يسمى بتوفير حياة أفضل للأفراد، حيث أن هدفه يقتصر على إعلام الناس وتعديل اتجاهاتهم. (Chauvin ;1996;p120)

### مبادئ الاتصال المسؤول

- الإعلان حول الشروط تصنيع المنتجات و الخدمات و حول استعمالها و عرض آثار نشاطات المؤسسة على البيئة و المجتمع.
- ترويج للسلوكيات التي لها تأثير ايجابي على البيئة و المجتمع.
- استعمال الدعائم التقليدية و الالكترونية التي تسمح بعرض تقرير التنمية المستدامة، وفتح قنوات التفاعل مع الأطراف ذوي العلاقة مع المؤسسة.
- توقع منتظرات المجتمع المدني و فتح الحوار مع الأطراف ذوي العلاقة مع المؤسسة و عرض مسعى المؤسسة اتجاههم.
- تجنب الخداع ، الغش، و التضليل و التركيز على المصداقية و الشفافية من خلال المطابقة بين القوال و الأفعال. (Alice ; sans n 0 d édition ; p 41)

### وسائل وأدوات الاتصال المسؤول :

الاتصال الاشهاري الأخضر: يعتبر وسيلة سهلة لإقناع الجماهير ، كونه يضم الاتصال المؤسس الذي يعكس الآثار الجيدة للتنظيم مع مراعاة وتقدير البيئة ومن أمثلة الاتصال

الأشهراري الأخضر ذلك المتعلق بمساحيق الغسيل الخالية من الفوسفات من إنتاج شركة هنكل والتي لاقت إقبالا أدى إلى مضاعفة أرباحها من خلال بيعها لهذه الأنواع من المساحيق، في الجزائر بث: إشهار يمنع استعمال الأكياس البلاستيكية السوداء استنادا لمقرر من وزارة البيئة وتهيئة الإقليم وكان لها موضوع لاتصال إشهراري .

**الرعاية الخضراء:** تقوم المنظمة فيها باتصالات في مجال غير تجاري كتمويل الأنشطة الصديقة للبيئة، مما يقلل ارتياب الجمهور في منتجاتها ويعطيها ميزة تنافسية، وكذا لإعطاء منتجاتها أكثر مصداقية وخلق جو من الثقة بين المنظمة والجمهور إذ يمكن أن تكون الرعاية ذات طابع مؤقت أو ذات طابع طويل المدى . على المدى القصير كأن تحدد مبلغ معين من اجل نشاط محدد هذا المبلغ يمكن أن يكون محدد مسبقا لفائدة جمعية معينة تقوم بنشاط بيئي، أو يمكن أن يؤخذ كجزء من مبيعات منتج ما ليوجه لجمعية أو منظمة تقدم خدمة بيئية . أما على المدى الطويل كالمساهمة في تمويل المنظمات التعليمية المهتمة بالبيئة أو إنشاء مشاريع بيئية بحثة ما يتطلب مبالغ كبيرة ووقت طويل للانجاز .

**الاتصال المكتوب :** يقوم هذا النوع من الاتصالات على ضرورة تدوين السياسات البيئية المتبعة من طرف المنظمة وكذا النتائج المتوصل إليها من خلال تطبيقها، إرضاء وإعلام للشركاء . ( حليلة السعدية، 2009/2008، ص 17) والمساهمين المهتمين بتحسين الجانب الأخضر في مؤسساتهم، فالوثائق البيئية لا تهدف فقط لإعلام المساهمين أو الشركاء في المنظمة وإنما تسعى من خلال ميزانيتها الخضراء لمسيرة الإشارات الخضراء التي تظهر نوعية منتجاتها . من أهم أشكال الاتصال المكتوب نجد : **تقرير التنمية المستدامة** الذي يعتبر الوسيلة الوحيدة التي تسمح بثمين مسعى التنمية المستدامة ومن أهم التقارير بالمؤسسة الاقتصادية تقرير المسؤولية الاجتماعية والبيئية لنشاطات المؤسسة حيث يعد نشر هذه التقارير حول المسؤولية الاجتماعية والبيئية استجابة لضغوط مختلف الأطراف ذوي العلاقة والتي تريد التعرف على السياسات الاجتماعية والبيئية للمؤسسة إضافة إلى أن بعض القوانين تفرض على المؤسسة نشر هذه التقارير وتتضمن هذه التقارير المعايير المستخدمة في المجال الاجتماعي والبيئي مقرنة مع البيانات المالية التي تتبع إطار عام ومحدد، وتعالج هذه التقارير العديد من المواضيع مثل: الأداء المالي، نشاط مجلس

الإدارة ،العلاقة مع المجتمع والعمال ،إضافة إلى الجهود المبذولة في مجال حماية البيئة من قبل المؤسسة .

المواصفات والمعايير البيئية : قد تنشر المنظمة نتائجها المتعلقة بحماية البيئة عن طريق الاتصال المكتوب ولكن هذا ليس الحال عند اغلب المنظمات ،فهناك من يفضل تبني أنظمة لتقيس جودة ونوعية المنتجات والبيئة عنده .

### ثالثاً- الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة كجمهور للرسالة الاتصالية المسؤولة

مفهوم أصحاب المصالح : عرف أصحاب المصلحة في اجتماع معهد ستانفورد للأبحاث في الولايات المتحدة عام1963أين كان أول ظهور للمصطلح على أنهم "الجماعات التي بدونها تتوقف المنظمة عن العمل "كما عرفها فريمان ووافقه في ذلك الكثير من المنظرين والكتاب على "أنهم الجماعات أو الأفراد التي يمكن أن تؤثر وتتأثر بانجازات وأهداف المنظمة "ومنه صاحب المصلحة في المؤسسة الاقتصادية هو كل فرد أو جماعة كيان طبيعي أو معنوي حالي أو مستقبلي يملك عقوداً صريحة أو ضمنية مع المؤسسة يؤثر ويتأثر أو يشارك بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالمؤسسة وأهدافها سواء نشطت أو لم تنشط . ولقد صنفهم فريمان إلى :أصحاب مصلحة أساسيين وآخرين ثانويين .

1-أصحاب المصلحة الأساسيين : كالمساهمون، العملاء ، الموردون والموزعون، العمال، المجتمع المحلي . (حمزة واخرون، د س ، ص 6).

2- أصحاب المصلحة الثانويين : ويشمل كل من المنافسون، الحكومات، جمعيات حقوق المستهلك، الغعلام، أصحاب المصالح الخاصةونقصد بهم الأجيال السابقة واللاحقة خاصة مع تصاعد وتيرة المطالبة بحقوقهم في الثروات وضرورة الحفاظ على حاجياتهم وتزايد الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية.



### 3.2 الإطار المنهجي للدراسة :

#### 1.3.2 منهج الدراسة:

كون دراستنا تهدف إلى معرفة مدى التزام المؤسسات الاقتصادية بالمسؤولية البيئية والأخلاقية والتوجه نحو الاتصال المسؤول ، فإنها تندرج ضمن الدراسات الوصفية الأكثر شيوعا في بحوث الإعلام والاتصال، التي تركز على تحليل وتفسير الظاهرة الإعلامية والاتصالية كما هي، من خلال تحديد ظروفها وأبعادها، بهدف الانتهاء إلى وصف علمي دقيق ومتكامل للظاهرة، فالدراسات الوصفية هي أساليب بحثية تدرس الظواهر الاجتماعية الراهنة دراسة توضح خصائص الظاهرة ودرجات ارتباطها بالظواهر الأخرى؛ وفي مجتمعاتنا تزداد الحاجة إلى الدراسات الوصفية، لأنها توفر رصيذا من البيانات والمعلومات الأساسية حول الظواهر الأمر الذي يتيح تطوير دراسات جديدة، وفقا للبيانات والنتائج التي قدمتها الدراسات الوصفية الأولية. (منير، 2003، ص 81)

#### 2.3.2 مجتمع الدراسة :

إن مجتمع البحث يتمثل في "مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي" ومجتمع بحثنا تمثل في مؤسسة صناعة منتوجات القلد والتلحيم " تريفييسود "العلمة ، وقد وقع الاختيار على المؤسسة لعدة اعتبارات أهمها:

- أنها تتوفر على متطلبات الدراسة، حيث تحتوي على قسم لإدارة الجودة والبيئة، وقسم الهندسة البيولوجية والبيئية المكلفان بتسيير الشؤون البيئية والاجتماعية .
- امتلاك المؤسسة لثقافة اتصالية اجتماعية وبيئية مع الأطراف ذوي العلاقة بها.
- الخبرة الطويلة للمؤسسة محل الدراسة في المجال البيئي - مقارنة بباقي المؤسسات الاقتصادية الأخرى في الولاية.

**3.3.2 عينة الدراسة:** بما أن دراستنا تهدف إلى معرفة مدى التزام مؤسسة تريفيسود العلة بالمسؤولية البيئية والاجتماعية (الاتصال المسؤول)، فقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية أو الهدفية وهي العينات التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظراً لتوفر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم. (موريس، 2004، ص 96) في العينة القصدية إننا نختار بقصد معين – عادة ما يكون لدينا مجموعة بعينها نبحث عنها-طلابا-موظفين...الخ. تكون العينة القصدية مفيدة في الحالات التي نرغب فيها الوصول إلى العينة المرغوبة بسرعة. تساعد العينة القصدية في معرفة آراء المجتمع المستهدف لكن من المحتمل إعطاء وزن أكبر للمجموعات الأسهل وصولاً ضمن مجتمع الدراسة. وقد تم إجراء دراستنا مع مكلف بتسيير النظام المدمج " نور الدين يدان" لأنه الشخص المخول لإعطاء المعلومات حول مختلف التدابير التي يتبناها المصنع في إطار المسؤولية المؤسسة البيئية والاجتماعية أي الالتزام بمبادئ الاتصال المسؤول .

#### **4.3.2 أدوات جمع البيانات:**

وهي الوسيلة التي يتم بواسطتها جمع البيانات والمعلومات اللازمة للإجابة على تساؤلات الدراسة وفروضها واتساقاً مع منهجية البحث والإطار النظري ونظراً لطبيعة دراستنا الميدانية التي تهدف لمعرفة مدى التزام مؤسسة تريفيسود بالمعايير البيئية والاجتماعية وتبني الاتصال المسؤول لتحقيق أبعاد التنمية المستدامة، لذا قمنا باستخدام دليل المقابلة كأداة تساعد على تحقيق أهداف الدراسة حيث تعرف المقابلة " هي طريقة منظمة تمكن الفرد من التعرف على حقائق غير معروفة سابقاً، من خلال عدد من الأسئلة يلقيها الباحث على الفرد الآخر الذي يلتقي به وجهاً لوجه، لمعرفة رأيه في موضوع معين أو الكشف عن اتجاهاته الفكرية ومعتقداته، ويعتبرها البعض من أفضل أدوات جمع البيانات انطلاقاً من مرونتها. ( مروان عبد المجيد، 2000، ص 171) وقد تم

إجراء هاته المقابلة مع المكلف بتسيير النظام المدمج" نور الدين يدادن" ، وقد تمحورت المقابلة في النقاط التالية:

المحور الأول: خصص للشق المتعلق بالاتصال الاجتماعي والذي بدوره قسم إلى 4 ابعاد :

- البعد الاقتصادي في مؤسسة تريفيسود. - البعد القانوني للمؤسسة .
- البعد الأخلاقي في المؤسسة . - البعد الإنساني والخيري .

المحور الثاني: خصص للشق المتعلق بالاتصال البيئي والذي بدوره قسم إلى 4 أبعاد وهي:

- البعد الأول الاتصال الأخضر.( الاتصال الاشهاري الأخضر، الرعاية الخضراء، الاتصال المكتوب).

- البعد الثاني المواصفات والمعايير البيئية. - البعد الثالث الإنتاج الأخضر.

- البعد الرابع البحث والتطوير.

### 5.3.2 الدراسات السابقة:

1. الطاهر خامرة، المسؤولية البيئية والاجتماعية، مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة، . حالة سونطراك . أطروحة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في تخصص اقتصاد وتسيير البيئة، قسم العلوم الإقتصادية جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، السنة 2006. 2007، وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج هي أي أن مؤسسة سونطراك لا تلتزم بمسؤوليتها البيئية والاجتماعية، على الرغم من وجود اجراءات تتعلق بذلك، مثل وجود قسم الصحة والأمن والبيئة ووجود مشروع مشروع لتحلية المياه، لكن الباحث يرى أن هذا لا يعكس وعي مؤسسة سونطراك بالمسؤولية البيئية والاجتماعية.

2. مهري شفيقة، الإتصال المسؤول وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية في المؤسسة الإقتصادية، " دراسة حالة شركة الإسمنت عين الكبيرة . سطيف . مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2011. 2012 ، توصلت الدراسة إلى غياب وعي بيئي وإجتماعي على مستوى المصنع، وما يؤكد هذا هو أن إلزام المصنع بالمسؤولية البيئية والاجتماعية لم يكن بمحض إرادته،

وإنما جاء إستجابة لضغوطات أصحاب المصالح، كما توصلت الدراسة أيضا إلى الدور الذي يلعبه الإتصال المسؤول في تقريب وجهات النظر بين المصنع والأطراف ذوي العلاقة به، وكيف حول صورة المصنع من مؤسسة ملوثة إلى مؤسسة تحمي البيئة.

3. حمزة بن الزين، "المسؤولية الإجتماعية والبيئية للشركات البترولية" دراسة حالة مجمع المؤسسة الوطنية لخدمات الآبار. حاسي مسعود .رسالة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص تسيير وإقتصاد بترولي، علوم إقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2012. 2013 . تأكد هذه الدراسة على غياب الوعي البيئي لدى المؤسسات، وعليه فدراستنا تأتي تكميلية توضيحية من خلال توضيح دور المسؤولية البيئية في تحسين صورة المؤسسة وكيف يؤثر غياب هذا العنصر على صورة المؤسسة، وهو الأمر الذي تغفل عنه الكثير من المؤسسات.

3.نتائج الدراسة الميدانية: في إطار بحثنا هذا قمنا بإجراء مقابلة مع السيد "نور الدين يدادن" مساعد مكلف بالتسيير المدمج، من أجل محاولة الإجابة عن تساؤلات إشكالية بحثنا، وأيضا من أجل المقارنة بين الجانب النظري ما يجب أن يكون والجانب التطبيقي ما هو موجود فعلا في المؤسسات الإقتصادية " مؤسسة تريفيسود " العلهمة نموذجاً ، توصلنا إلى النتائج التالية والتي قسمت وفقا للمحاور التالية.

**المحور الأول : الاتصال الاجتماعي لمؤسسة تريفيسود:**

أولاً- البعد الإقتصادي في مؤسسة تريفيسود. يستند هذا البعد إلى مبادئ المنافسة الزهية والتطور التكنولوجي ويشتمل على مجموعة من عناصر المسؤولية الاجتماعية التي يجب أن تؤخذ في إطار احترام قواعد المنافسة العادلة والحررة والاستفادة التامة من التطور التكنولوجي بما يخدم المجتمع ولا يلحق ضررا بالبيئة حتى تكون نافعة ومجديا اقتصاديا.( نوال، 2010/2009، ص 30) وباعتبار المؤسسة وحدة اقتصادية أساسية في المجتمع فمن الضروري أن تقوم بإنتاج سلع وخدمات مطلوبة من المجتمع مع تحقيق الربح.( محمد، 2013، ص 31)

وقد تمحورت جل الإجابات التي طرحت لخدمة هذا المحور في:

باعتبار أن مؤسسة تريفيسود مؤسسة وطنية رائدة في المجال الإقتصادي و تحقيقها لأرباح ضخمة يوميا يتم ذلك دون المساس بمستويات أجور العمال و العمل بكل شفافية في تحقيق أرباحها.

وتعمل مؤسسة تريفيسود على تلبية حاجات و رغبات زبائنها من خلال جودة منتجاتها و التنوع فيها، بإعتبارها حاصلة على شهادة الإيزو للجودة 9001 من النظام الدولي للإيزو. كما تعتبر مؤسسة تريفيسود من المؤسسات التي تواكب جميع التطورات الحاصلة في المعدات و الآلات، إذ تعتبر جميع معداتها، ألمانية سابقا و إيطالية حاليا، ما جعلها مؤسسة رائدة لا تتعرض لأي نوع من المنافسة الشرسة بل تتعرض لمنافسة من المؤسسات الخاصة التي تتعامل معها بعقلانية و بطرق قانونية.

هذا ما جعل مؤسسة تريفيسود تساهم في دعم الإقتصاد الوطني من خلال تغطيتها لجميع أقطار الوطن من خلال منتجاتها. ويتجسد ذلك من خلال حصول المؤسسة على مواصفة ISO 9001 الخاصة بنظام إدارة الجودة وهو نظام يهدف إلى تحسين أسلوب الإدارة في سبيل تحقيق جودة ذات مستوى عال، تستطيع من خلالها المؤسسة أن تنظم عملياتها و تدير مواردها كي تحقق الجودة و تحسنها بشكل اقتصادي في كافة الأنشطة التي تقوم بها.

ثانيا : البعد القانوني في مؤسسة تريفيسود. هذه المسؤولية عادة ما تحددها الحكومات بقوانين و أنظمة يجب أن لا تخترقها المؤسسة في ظل أدائها لأنشطتها و يتمثل هذا البعد في تقيد إدارة المؤسسة بهذه القوانين و اللوائح و الأنظمة و التشريعات مغ ضمان الالتزام بالسلوك المقبول اجتماعيا. (مصطفى يوسف، 2014، ص 288) وحق المساءلة ، وهو حق الأطراف ذات العلاقة في طلب توضيحات من المسيرين . ( شفيقة، 2012/2011، ص81) وعندما طرحنا السؤال حول التزام مؤسسة تريفيسود بالقوانين المنصوص عليها في إطار عملها ، تمت الإجابة عليه ب: أن المؤسسة تحترم جميع القوانين المنصوص عليها و حتى القوانين الداخلية المسطرة و المنظمة لتسيير العمل.

ومن هنا يتبين أن مؤسسة تريفيسود ملتزمة و حريصة على قوانينها الداخلية المتمثلة في وقاية العمال و الالتزام بوعودها خاصة من جانب المنح ، و القوانين الخارجية المتمثلة في استخدام مختلف الوسائل و الأدوات للتقليل من ضجيج الآلات الضخمة التي

تستخدم في الإنتاج كوضع الحديد العازل للصوت، و التقليل من الدخان، حتى لا تحدث أي ضرر بالبيئة والمجتمع، فإن حصول المؤسسة على شهادة الإيزو للبيئة والوقاية خير دليل على التزامها بجل القوانين. وهذا ما سمح للمؤسسة بالحصول على مواصفة OHSAS 18001:2007 وهي مواصفة تتعلق بنظام إدارة الصحة والسلامة المهنية بحيث يحدد المتطلبات التي يجب توافرها في أي نظام لإدارة الصحة والسلامة المهنية لتمكين الجهات المطبقة لهذا النظام من التحكم في المخاطر المتصلة بالصحة والسلامة المهنية وتحسين أدائها.

ثالثا : البعد الأخلاقي في مؤسسة تريفيسود. يستند هذا المبدأ في تحليله إلى المبادئ الأخلاقية التي تكفلها الأعراف والقيم الاجتماعية من خلال ضرورة حماية البيئة، احترام حقوق الإنسان والجوانب الأخلاقية في الاستهلاك، واحترام العادات والتقاليد السائدة في المجتمع وتقديم ما يتوافق معها من منتجات، وعلى المؤسسة أن تمارس أعمالها ضمن قواعد وضوابط هذه القيم والتي تحدد السلوك المقبول في المجتمع. (ثامر، 2006، ص 233)، من خلال الإجابة عن أسئلة هذا المحور المركزة على البعد الأخلاقي، اتضح أن مؤسسة تريفيسود تعمل على نظام صارم ينظم و يسير عملها سواء إداريا من أجل عدم الوقوع في فضائح إدارية تمس بالمؤسسة ، ومراعاتها لجميع حقوق العمال من خلال تسديد الأجور في وقتها، واحترامها لعادات و تقاليد مجتمعها، والعمل بكل عقلانية و شفافية دون المساس بأجور العمال .

رابعا : البعد الإنساني أو الخيري في مؤسسة ترسفيسود. وهو التزام المؤسسة طوعية بخدمة المجتمع وتحقيق الرفاه لأفراده من خلال حل المشاكل الاجتماعية وتحسين جوانب الحياة ودعم القضايا البيئية. ( مصطفى يوسف، 2014، ص 288)، إن البعد الأخير من أبعاد المسؤولية الاجتماعية في مؤسسة تريفيسود يظهر من خلال الأجوبة المحصل عليها و هي هل مؤسستكم تساهم في مختلف الأنشطة الثقافية، الرياضية والعلمية؟

فقد صرح المكلف بالاتصال بان المؤسسة لها مشاركات في بعض التظاهرات الثقافية كحماية البيئة و التنمية الإقتصادية، كما تقوم المؤسسة بدعم مختلف الندوات و النشاطات العلمية في الجامعات و إقامة علاقة معنا من أجل استقبال الطلبة للقيام

بتربصات في مؤسستنا. ما يبين أن مؤسسة تريفيسود تلتزم بهذا البعد ولكن ليس بالشكل الكبير من خلال مشاركتها في مختلف التظاهرات العلمية كدعمها و تشجيعها للبحث العلمي في جامعة البازسطينف .....، الثقافية و مشاركتها في الندوات المتعلقة بالبيئة .....، الرياضية و دعمها لفريق مولودية العلمة كل سنة بمبلغ مالي معتبر.

ولكن تغفل مؤسسة تريفيسود المبادرات الخيرية التي تعد مكسب بالنسبة للمؤسسة التي وعدت بأن تقوم بها مستقبلا، هذا ما يظهر عند إجابة المكلف بالاتصال حول : قيام المؤسسة بتقديم مساعدات خيرية (لمراكز الطفولة، إقامة رعاية للمعوقين....)، حيث أجاب بالنفي موضحا أن المؤسسة لم تقم بمثل هذه المبادرات التي تعتبر مبادرات طيبة ربما على المؤسسة تبنيها مستقبلا و تسليط الضوء عليها.

#### المحور الثاني: الاتصال البيئي لمؤسسة تريفيسود.

يشير الاتصال البيئي إلى جميع القرارات والرسائل التي يتم نشرها داخيا وخارجيا من قبل شركة أو مجتمع، والتي قد تكون سببا مباشرا أو غير مباشر، ولها تأثير فوري أو غير فوري لحماية البيئة. ولقياسه فقد تم طرح الأسئلة وفق العناصر التالية .

أولا -الاتصال الأخضر: وهو الاتصال حول المسائل البيئية في المؤسسة. ويضم كل من : الاتصال الاشهاري الأخضر:الذي يهتم بتقديم المعلومات والحقائق عن المزايا البيئية للمنتجات وكذا ، الرعاية الخضراء : التي تعتمد على إيجاد تدابير طوعية تتخذها المؤسسات لحماية البيئة والحفاظ على الطبيعة والتي تنطوي على عنصر المنفعة العامة أو هي عمل الخير للإنسان من خلال العمل طواعية لحماية البيئة دون السعي للحصول على منفعة شخصية أو مالية.(Government; 2007; p08t)بالإضافة إلى الاتصال المكتوب: الذي يقوم على ضرورة تدوين السياسات البيئية المتبعة من طرف المؤسسة وكذا للنتائج المتوصل إليها من خلال تطبيقها.(Libaert;1992; p20) ولقياس كل هاته المتغيرات تم طرح جملة من الأسئلة حيث عند سؤالنا عن أهم النشاطات الاتصالية التي قامت بها المؤسسة لإبراز التزامها بالمسؤولية البيئية اتضح أن المؤسسة تتقيد بالأنظمة والقوانين والتشريعات الصادرة عن الجهات المختصة في حماية البيئة وكذلك تقوم بوضع مجموعة من الإجراءات اللازمة لتحديد احتمالات الحوادث المضررة بالبيئة والمواقف الطارئة وكيفية التصرف معها بشكل يحمي البيئة.

أما بخصوص السؤال الذي يدور حول التزام المؤسسة بالمسؤولية البيئية قد يكون مبادرة طوعية أو نتيجة لضغوطات أصحاب المصالح فقد كانت الإجابة بأن التزام المؤسسة بالمسؤولية البيئية هي مبادرة طوعية من جهة لأنها تشكل أداة للإدارة البيئية داخل المؤسسة، ومن جهة أخرى وسيلة للإشهار أو لإظهار الالتزام البيئي للمؤسسة مع محيطها الخارجي.

وقد كانت الإجابة على السؤال المطروح حول الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها المؤسسة في حماية البيئة أو تطبيق المسؤولية البيئية، فقد اتبعت المؤسسة أسلوب معين للتلقي والتوثيق، وكذا للإستجابة والإستعلام بين الأطراف المعنية ( أصحاب المصالح) سواء كانت داخلية أو خارجية للمعلومات المتعلقة بالجوانب البيئية ذات التأثير الهام: . الإتصالات الداخلية التي تعتمد على القنوات التقليدية المعروفة مثل : الإجتماعات، الجمعية العامة، المنشورات، رسائل وبيانات الإدارة ولوحة الإعلانات والتقارير البيئية. . الإتصالات الخارجية: تجد هذه الإتصالات حتى تؤكد المؤسسة مدى إلتزامها بتحسين البيئي، وتكون إما بهدف الإعلان عن السياسة البيئية المنتهجة، أو الإتصال بالسلطات العامة المختصة فيما يتعلق بخطط الطوارئ والإجراءات الأخرى المتعلقة بها.

ثانيا- المواصفات والمعايير البيئية: تعني كلا من مقاييس الجودة البيئية ومقاييس المصدر وهي تعني المواصفات والاشتراطات البيئية للتحكم في مصادر التلوث. ( محمد حسان، 2012، ص 102). من خلال السؤال حول امتلاك المؤسسة محل الدراسة للمواصفات والمعايير البيئية الايزو ISO نجد أن مؤسسة تريفيسود العلة متحصلة على مواصفة ISO 14001 التي تصف نظام إدارة البيئة، وهذا ما يعكس مسؤوليتها البيئية والتزامها بتطبيق معايير السلوك البيئي، حيث تعتبر المواصفة ايزو 14001 من أهم المواصفات وأكثرها شيوعاً ضمن مجموعة الايزو 14000، وتشتمل هذه المواصفة القياسية على المكونات الأساسية لنظام الإدارة البيئية داخل المؤسسة، ويبدأ هذا النظام من التزام الإدارة العليا للمؤسسة بإدخال البعد البيئي في أساليب إدارة أنشطتها المختلفة بدءاً من عملية الإنتاج والتصنيع إلى مرحلة تسويق السلع من خلال سياسة مكتوبة ومعلنة داخل المؤسسة وخارجها . وهذا ما يظهر في الوثيقة الموجودة ضمن قائمة الملاحق التي توضح امتلاك



المؤسسة محل الدراسة لسياسة الجودة والأمن والبيئة التي تنص على ضرورة احترام البيئة في مختلف مراحل عمل المؤسسة .

ثالثا- الإنتاج الأخضر: هو الإنتاج المراعي للاعتبارات البيئية فبقدر ما يحقق من نفايات أقل خلال مراحل النظام الإنتاجي فإنه يعمل على خفض المواد والطاقة، ونفايات أقل خلال عملية الإنتاج: المدخلات (تتعلق بالمواد والطاقة والتصميم وغيرها مما هو ضروري للعمليات التحويلية)، العمليات التحويلية (تتعلق بالتكنولوجيا النظيفة التي تخفض الآثار البيئية السلبية) والمخرجات (يتعلق بالمنتجات الودية بيئيا والانبعاثات والنفايات الناتجة عن الإنتاج). وهذا ما يتضح من خلال طرحنا للسؤال حول إمكانية أن تكون طبيعة نشاطات المؤسسة الصناعية والإقتصادية واحدة من أكثر مصادر التلوث البيئي فهل تسعى المؤسسة إلى تغيير صورتها من مؤسسة ملوثة إلى مؤسسة ترحى شؤون البيئة ، كان الإجابة بأن صورة المؤسسة هي صورة حسنة من بداية عمل هذه المؤسسة لذا هي ليست مصدر تلوث بل هي مؤسسة مواطنة أي صديقة للبيئة نتيجة لالتزامها بالمسؤولية البيئية واتخاذ إجراءات وتدابير ترحى شؤون البيئة واستعمال وسائل للتخلص من المصادر الملوثة خلال العملية الصناعية الإنتاجية.

رابعا - البحث والتطوير: يقصد به "كل الجهود المتضمنة تحويل المعارف المصادق عليها إلى حلول فنية في صور أساليب أو طرق إنتاج منتجات مادية استهلاكية أو استثمارية" وهو أيضا "العمل الإبداعي الذي يتم على أسس نظامية لزيادة مخزون المعرفة بما في ذلك المعرفة بالإنسان والثقافة والمجتمع واستخدام ذلك المخزون لاستنباط تطبيقات جديدة". ( عبد اللطيف واخرون، 2013، ص22) ويتم تأكيد ذلك انطلاقا من طرح سؤال حول كيفية إلزام مؤسسة تريفيسود بمسؤوليتها تجاه البيئة والذي أجاب عنه مساعد نظام التسيير المدمج يدان نور الدين بأن هذا الإلتزام يكون بعملية التحسين المتواصل لإدارة البيئة وكذلك المشاركة في تنمية سياسة بيئية سليمة وأيضا الإلتزام بالإستعداد والإستجابة لحالات الطوارئ من أجل التقليل من أية تأثيرات بيئية

محتملة قد تنتج عن النشاط نستنتج من كل هذا أن مؤسسة تريفيسود تلتزم بمسؤوليتها البيئية.

نتائج المقابلة: من خلال تحليل أجوبة المقابلة توصلنا إلى مجموعة من النتائج التي ترتبط بالشقين:

### شق الاتصال الاجتماعي ( المسؤولية الاجتماعية):

إن مؤسسة تريفيسود هي مؤسسة مسؤولة إجتماعيا مطبقة لأبعاد المسؤولية الإجتماعية الأربعة وتلتزم بتطبيق الاتصال المسؤول بشقيه الاجتماعي والبيئي ، حيث تلتزم بكل ما يجب أن يكون لتحقيق هذه الأبعاد فمن خلال البعد الإقتصادي وجدنا أن المؤسسة تهتم بتلبية حاجات ورغبات الزبائن ، كما أنها تحمل حوالي 400 عامل و تساهم في دعم الإقتصاد الوطني من خلال تصدير منتوجاتها، فهي مؤسسة رائدة إقتصاديا . كما أنها مؤسسة ملتزمة قانونيا تساعد الدولة في العديد من المجالات كحماية البيئة و حقوق المرأة و ذوي الحاجات الخاصة و سيرها بطريقة شرعية تتوافق مع كل القوانين المؤطرة لعملها. كذلك تعمل مؤسسة تريفيسود دوما على مراعاة المجتمع الذي تعمل فيه بقيمه و أفكاره و تحاول ترسيخ صورتها بين أفرادها من خلال كل الأنشطة و المشاركات التي تقوم بها .

### شق الاتصال البيئي ( المسؤولية البيئية):

إن المؤسسة الوطنية لصناعة منتوجات القلد والتلحيم (تريفيسود) من أكثر المؤسسات التي تطبق المسؤولية البيئية، وهذا التطبيق بدأ منذ بداية المؤسسة إلا أنه أصبح في الوقت الحالي عنصرا بارزا في أداء وثقافة هذه المؤسسة، وهذا يعكس بدورها في حماية البيئة وهو ما يشجع المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بشكل أخص في القطاع الخاص على تبني المسؤولية البيئية كأداة للمحافظة على البيئة خاصة أن التزام المؤسسة بحماية البيئة أصبح بندا مهما في العقود الاقتصادية لكثير من المؤسسات العالمية، هذا ما يجعل هذه المؤسسة تدخل ضمن نطاق المنافسة العالمية في كل المجالات خاصة المجال الاقتصادي المتميز بالجودة في المنتج واحترام القوانين الاقتصادية والعمل بما تنصه من إجراءات وكذلك المجال البيئية الذي يتميز بتطبيقها وتبنيها والتزامها بالمسؤولية البيئية

التي تولد بما يسمى التنمية المستدامة، فالفهم الصحيح للتنمية المستدامة كفكرة نظرية وممارسة عملية لمختلف جوانبها وأبعادها الاقتصادية والبيئية والاجتماعية، يستدعي اعتماد كل الوسائل الممكنة والمتاحة لتحقيقها، وأحد أهم هذه الوسائل المسؤولية البيئية باعتبارها أداة فعالة في الحد من التلوث البيئي.

#### 4. خاتمة:

في الأخير يمكن القول أن مؤسسة تريفيسود هي أحد نماذج المؤسسات الاقتصادية الجزائرية التي تتبنى مفهوم الاتصال المسؤول كألية لتحقيق التنمية المستدامة، وسعيا منها للتعريف بسياساتها ونشاطاتها التي تأخذ بعين الاعتبار البعد البيئي والاجتماعي والمجتمعي أثناء تعاملها مع الأطراف ذوي العلاقة بها ، ويظهر ذلك من خلال جودة منتوجاتها، و إحرازها على شهادة الإيزو لإدارة الجودة وكذا مواصفة الإيزو للصحة والسلامة المهنية في البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة ، وكذا حصولها مؤخرا على شهادة الإيزو لحماية البيئة و الوقاية التي تدرج ضمن معايير الالتزام بالسلوك البيئي ، ناهيك عن دعمها للإقتصاد الوطني من خلال الجهودات و الأعمال التي تقوم بها المؤسسة لتغطية متطلبات الوطن بإنتاجها لمختلف منتجات القلد والتلحيم .

فبعد دراستنا الوجيزة لموضوع المسؤولية الاجتماعية والبيئية بمؤسسة تريفيسود، الذي أصبح الشغل الشاغل للمؤسسات في كيفية تطبيق هذا المفهوم من أجل ضمان استمرارية عملها و تطوير منتجاتها ،وبعد تحليلنا للمقابلة و القيام بالملاحظة في المؤسسة تبين لنا أن:

مؤسسة تريفيسود تقوم بالعديد من الأنشطة و البرامج التي تهدف إلى تخفيف الضغط الناشئ على المجتمع الذي تعمل فيه حيث تقوم الشركة بتنفيذ العديد من المشاريع سواء كانت تربية، إنسانية، تنمية كما تقوم الشركة أيضا بدعم العديد من القطاعات ومنها القطاع التعليمي كالمدارس والجامعات حيث تقوم بدعم البرامج الثقافية وتقديم المساعدات المادية أيضا كالمئحة للطلبة المتفوقين وإنشاء صندوق دعم الطلبة، كما تقوم الشركة بدعم العديد من المشاريع مثل مشاريع الإسكان وأيضا رعاية العديد من النشاطات

المجتمعية ككرة القدم إلى غير ذلك من الأنشطة التي تقوم بها الشركة لكي تساهم في بناء المجتمع وتقوية روابط التواصل بينه.

مؤسسة تريفيسود تولي اهتماماً كبيراً للمسؤولية البيئية خاصة دورها في تعزيز صورة المؤسسة بما أن المؤسسة منذ بدايتها هي مؤسسة مواطنة أو مؤسسة صديقة للبيئة أي مؤسسة مسؤولة بيئياً، لذلك تتطلب بعض الشروط اللازمة للرفع من أداء الإدارة للسياسة البيئية بما يحقق الاتصال البيئي الذي يستوفي بعض المبادئ مثل: التخطيط الجيد، القيام بالتدريبات وتوفير مراكز معلومات للموظفين بهدف التوعية وتوسيع الأفكار وانتشارها على مستوى المؤسسات الأخرى، مبدأ التفاعل بين أقسام المؤسسة والدقة في العمل، كل هذه موجودة في المؤسسة لذلك الاعتماد الكبير عليها يساهم في تعزيز صورة المؤسسة، فمما سبق تعد مؤسسة تريفيسود من بين المؤسسات الرائدة وطنياً من خلال تكريسها وتطبيقها لمفهوم المسؤولية الاجتماعية والبيئية أي تلتزم بمبادئ الاتصال المسؤول كآلية جديدة لتحقيق التنمية المستدامة ..

5. قائمة المراجع:

1- Gérard Noël;Loic Armand (sans n 0 d "edition (MEDEF) communication responsable des entreprises ; Guide pratique à destination et Des organisations professionnelles ; paris.

2- جبلي علي عبد الرزاق، (2013)، علم الاجتماع والتنمية المستدامة، المقومات والمؤشرات، مصر، دار المعرفة الجامعية.

3- جرادات ناصر، ابو حمام عزام، (2013) المسؤولية الاخلاقية والاجتماعية للمنظمات، اثناء للنشر والتوزيع، الاردن.

4- رملي حمزة، زحوط اسماعيل (دس) " دور ادارة العلاقة مع اصحاب المصلحة في تفعيل ابعاد التنمية المستدامة في المؤسسة الاقتصادية " ملخص لدراسة، جامعة بغداد .

5- عبادي أسماء، (2010/2009)، "المعالجة الاعلامية للتلوث الصناعي في الصحافة الجزائرية" دراسة تحليلية لجريدة الوطن الجزائرية، قسم علوم الاعلام والاتصال، تخصص صحافة، جامعة منتوري، الجزائر.

6- le Net Michel;L'Etat Annonceur (1985) ; technique doctrine et morale de la communication sociale collection management publique ;les édition d'organisations .

7- Florence Chauvin et autres ;(1996) ; Du bon usage de la communication en éducation pour la santé. Edition CFES .

8- audouin Alice (anne courtois) la communication responsable .

- 9- قرشي حليلة السعدية (2009/2008)، "محددات سلوك المستهلك الأخضر" مذكرة ماجستير في علوم التسيير تخصص تسويق، الجزائر.
- 10- رملي حمزة وآخرون، مرجع سابق.
- 11- منير حجاب منير، (2003)، أساليب البحوث الإعلامية والاجتماعية، الطبعة الثانية، القاهرة، دار الفجر للنشر.
- 12- أنجريس موريس، (2004)، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، حيدرة الجزائر، دار القصبه للنشر.
- 13- مروان عبد المجيد ابراهيم، (2000) اسس البحث العلمي لاعداد الرسائل الجامعية، ط1، عمان ، الاردن مؤسسة الوراق.
- 14- ضيافي نوال، (2010/2009)، المسؤولية الاجتماعية والموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة تلمسان، الجزائر.
- 15- فلاق محمد، (2013)، المسؤولية الاجتماعية للشركات النفطية العربية، مجلة الباحث، العدد12، ص 31.
- 16- كافي مصطفى يوسف، (2014)، فلسفة التسويق الاخضر، عمان الاردن، مكتبة المجتمع العربي للنشر.
- 17- مهري شفيقة، (2012/2011)، الاتصال وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية في المؤسسة الاقتصادية، قسم علوم الاعلام والاتصال ، جامعة الجزائر.
- 18- ثامر البكري، (2006)، التسويق اسس ومفاهيم معاصرة، عمان الاردن، دار اليازوري العلمية للنشر.
- 19- كافي مصطفى يوسف، (المرجع السابق).
- 20- Government Australian(2007); Department Of The Environment And Water Resources; encouraging environmental philanthropy; .
- 21- Libaert Thierry;(1992) la communication verte : l'écologie au service de l'entreprise ; éditions liaisons.
- 22- عوض محمد حسان وشحاتة حسن أحمد، (2012) قضية المناخ. وتحديات العولمة البيئية، مصر، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي.
- 23- عبد اللطيف مصطفى وعبد القادر مراد، (ديسمبر 2013) أثر استراتيجية البحث والتطوير على ربحية المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 3، ص.22



# Certifical

Certificate

N° 2018/81222.2

Page 1 / 1

AFNOR Certification certifie que le système de management mis en place par :  
AFNOR Certification certifies that the management system implemented by:

## ENTPL - UNITE TREFISOUD

pour les activités suivantes :  
for the following activities:

FABRICATION ET VENTE DE PRODUITS TRÉFILES ET PRODUITS DE SOUDAGE

MANUFACTURING AND SALE OF WIRE-DRAWN AND WELDING PRODUCTS

صنع وبيع منتوجات القلد و منتوجات التلحيم

a été évalué et jugé conforme aux exigences requises par :  
has been assessed and found to meet the requirements of:

ISO 9001 : 2015 - ISO 14001 : 2015 - OHSAS 18001 : 2007

et est déployé sur les sites suivants :  
and is developed on the following locations:

ZI BP 09 EL EULMA, DZ- 19600 SETIF, ALGERIE

Le détail des activités et sites certifiés par norme est mentionné sur les certificats suivants :  
The description of certified activities and locations per standard is mentioned on the following certificates:

Certificat ISO 9001 : 2015 n° 81220  
Certificat ISO 14001 : 2015 n° 81219  
Certificat OHSAS 18001 : 2007 n° 81221

Certificats ISO 9001 et ISO 14001 délivrés sous accréditation n° 4-0001  
Certificates ISO 9001 and ISO 14001 issued under accreditation n°4-0001

Ce certificat est valable à compter du (année/mois/jour)  
This certificate is valid from (year/month/day)

2020-11-10

Jusqu'au  
Until

2021-09-30

Ce document est signé en ligne et est valide. Il a une valeur juridique égale à celle d'un document original.  
This document is electronically signed. It stands for an electronic original with proportionally value.

Julien NIZRI

Directeur Général d'AFNOR Certification  
Managing Director of AFNOR Certification

Seuls les certificats électroniques, compatibles avec les normes AFNOR, sont reconnus pour la certification de l'organisme. The electronic certificates only, compatible with AFNOR standards, are recognized for the company's certification. Les documents non signés par AFNOR Certification n'ont aucune valeur juridique.  
Only the electronic certificates, compatible with AFNOR standards, are recognized for the organization's certification. The electronic certificates only, compatible with AFNOR standards, are recognized for the company's certification. Documents not signed by AFNOR Certification have no legal value.

AFNOR est une marque déposée - AFNOR is a registered trademark. CERTIFICAL 1333/4 07/2020

Flashez ce QR Code  
vérifier la validité du C





UNITE TREFISOUD

POLITIQUE QUALITE, SECURITE ET ENVIRONNEMENT  
Filiiale du groupe IMETAL

7<sup>ème</sup> VERSION

Depuis sa création, TREFISOUD active dans le domaine de la fabrication et la commercialisation des produits tréfilés et des produits de soudage. Ces années d'activités significatives ont renforcées sa position de leader et sa notoriété sur le marché national.

Fidèle à ses valeurs et consciente de l'importance de la satisfaction de ses clients, la préservation de la santé et la sécurité au travail, la protection de l'environnement, la Direction, à son plus haut niveau renforce son engagement et affiche sa volonté à travers cette politique fondée sur le principe de l'amélioration continue et à poursuivre ses efforts déjà déployés dans le cadre de sa démarche de management intégré tout en s'appuyant sur l'expérience, la compétence et le savoir-faire de sa ressource humaine.

Dans se contexte, la Direction de TREFISOUD, s'engage à mettre à disposition les moyens humains, financiers, organisationnels et techniques nécessaires permettant de :


1. Se conformer aux exigences réglementaires et autres applicables ;
2. Etre à l'écoute et satisfaire les besoins et attentes des clients et parties prenantes ;
3. Prévenir les risques professionnels, protéger l'environnement et anticiper les pollutions potentielles, susceptibles d'être générées par ses activités ;
4. Consulter, sensibiliser, et former le personnel dans les domaines qualité, sécurité et environnement et promouvoir la communication en interne et en externe ;
5. Evaluer les résultats des performances QSE et améliorer en continu l'efficacité de son système de management intégré ;
6. Promouvoir cette politique, s'assurer qu'elle est comprise et appliquée, mise à disposition des parties intéressées et revue périodiquement afin de s'assurer de sa pertinence.

Pour ce faire les principaux objectifs de TREFISOUD sont les suivants :

- ↓ Satisfaire les besoins et les attentes de ses clients et parties intéressées ;
- ↓ Garantir la qualité de ses produits, respecter les normes de fabrication et d'utilisation et rechercher l'optimisation des coûts ;
- ↓ Différencier et élargir la gamme actuelle avec la mise en place sur le marché des produits nouveaux ;
- ↓ Développer les domaines d'utilisation des produits actuels ;
- ↓ Abandonner les produits à faible valeur ajoutée ;
- ↓ Veiller à la conformité de ses activités aux exigences réglementaires applicables et autres ;
- ↓ Optimiser la performance de ses processus et la maitrise des risques ;
- ↓ Réduire les risques au travail et prévenir les maladies professionnelles ;
- ↓ Maitriser son impact sur l'environnement, valoriser les déchets générés, rationaliser les consommations en ressources et prévenir les pollutions environnementales ;
- ↓ Développer une culture qualité, environnement et santé et sécurité au travail.

Nous demeurons confiant que l'implication et l'adhésion de tout le personnel pour la mise en œuvre de cette politique sont fondamentales pour pouvoir créer une dynamique de progrès et de garantir son succès.

El Eulma, le 12/11/2018

 LE DIRECTEUR DE L'UNITE TREFISOUD

