

INTERNET Face à la croissance sans fin des courriers électroniques, générant stress et pénalisant la productivité, nombre d'entreprises tentent aujourd'hui de réagir. Jusqu'ici, en ordre dispersé.

Entreprises : objectif zéro mail

Vendredi dernier, les employés de Canon France se sont passés d'e-mails. Il s'agissait de la troisième journée (une par trimestre) de cette expérience impulsée par la direction de l'entreprise qui souhaite voir se développer les appels téléphoniques, voire les contacts directs, à la place des e-mails. Naturellement, l'imminence de l'événement a été rappelée quelque temps avant... sur toutes les boîtes mail. Non contraignante, cette journée « à visée pédagogique », selon la charte qui l'institue, a déjà donné lieu à une baisse de près de 20 % des volumes d'e-mails le jour J. Toutefois, « ce n'est pas comme la journée sans tabac : on ne rattrape pas les cigarettes non fumées le lendemain, mais les e-mails non lus, si », raille un syndicaliste.

« Il y a dix ans, préconiser une ren-contre physique entre employés aurait été perçu comme rétrograde », note Yves Lasfargue, directeur de

MÉDIAS SOCIAUX ALTERNATIFS

Les réseaux sociaux internes tueront-ils l'e-mail ? C'est ce que souhaite Thierry Breton, PDG d'Atos, pour son entreprise. Certes, là où ces Facebook version *corporate* se développent, ils sont utilisés en partie comme alternative aux e-mails. C'est le cas chez Alcatel-Lucent et Suez Environnement. « Nous n'avons pas d'objectif de baisse des e-mails en nombre, mais en qualité », explique-t-on chez ce dernier. L'e-mail reste utile pour garantir une preuve, mais le travail en collaboration s'effectue mieux sur un réseau social interne. Lequel limiterait l'envoi de copies et l'empilement de messages, sans être la panacée. Comme le note Vincent Berthelot, expert en web social, « les médias sociaux génèrent un surcroît d'e-mails, via les notifications. Et ils commencent à être envahis par le spam ».

l'Obergo (Observatoire du télétravail, des conditions de travail et de l'ERGO-stressie). « La seule communication efficace se devait d'être écrite, car elle laisse des traces, permet de développer sa pensée et, imaginait-on, ferait gagner du temps. » A l'épreuve des ans, quelques doutes se sont instillés et les entreprises s'interrogent sur la meilleure façon de dompter ces technologies omniprésentes.

Les flux d'e-mails enflent apparemment sans fin. « Tous les ans, les données bureautiques augmentent d'environ 15% en volume. La moyenne des e-mails par utilisateur est de l'ordre de 25 par jour, ce chiffre augmentant d'un e-mail supplémentaire tous les trimestres », calcule Hubert Ségot, responsable de l'infogérance chez Orange. La tendance est la même partout. Quel que soit le secteur, la boîte mail grossit au fur et à mesure que l'on monte dans la hiérarchie : « Les cadres supérieurs peuvent envoyer de 50 à 100 e-mails par jour et les hauts dirigeants, de 200 à 300 », note-t-il.

Différents phénomènes expliquent ces débordements. Il s'agit de la multiplication de mises en copie, qui ne sont pas nécessairement opportunes, du souci de visibilité au sein de l'entreprise, de l'aplatissement des hiérarchies, et de la réduction du nombre de secrétaires forçant les dirigeants à assumer de nouvelles tâches. Quant aux effets, certaines entreprises vont jusqu'à diagnostiquer une baisse de la productivité. C'est le cas en particulier d'Atos. Du coup, début 2011, son PDG, Thierry Breton, n'a pas hésité à prescrire la suppression des e-mails dans son entreprise d'ici à 2014.

Peu de dirigeants prônent une solution aussi radicale. D'abord parce qu'elle est difficile à garantir. Il est en effet inimaginable de couper techniquement l'accès à sa messagerie. Mais quelles réponses pour les entreprises évoluant sur plusieurs fuseaux horaires, avec smartphones généralisés, et dont certains salariés tra-

vailent volontairement depuis leur domicile ? La CFE-CGC étudie d'ailleurs la faisabilité juridique d'une sorte de « droit à la déconnexion », qui compterait comme heure supplémentaire tout travail dont la trace électronique indique un horaire indécent.

« Mon supérieur m'envoyait des e-mails à 4 heures du matin, alors que j'étais sûre de le croiser le lendemain matin... », se souvient une cadre de Microsoft. Le leader du logiciel recommande d'ailleurs depuis plus d'un an de limiter les envois le soir après 21 heures et le week-end. « Cela nous donne un outil pour saisir la DRH quand un manager fait le forcing », explique-t-on à la CFTC. Mais, en cas de coup de feu, pas d'illusion : les consignes ne tiennent plus. D'autres entreprises, comme 3M, s'en remettent à ce genre de charte.

Les syndicats accueillent avec circonspection ces préconisations, jugées superficielles. « La technologie n'est pas seule en cause dans la surcharge de travail des cadres. L'organisation en flux tendu et le boom du reporting comptent davantage », assure Yves Lasfargue, pour qui l'e-mail présente au moins un avantage : on peut y répondre quand bon vous semble, à l'inverse des messageries instantanées. ■

Isabelle Doiseau