



Le Mail dans tous ses états

30 juin 2015

LCL – VILLEJUIF, 14h-17h

Compte rendu

1. Accueil	1
2. Le projet « Gestion du document physique et numérique » chez LCL	2
3. Cartes postales sur la gestion des mails en entreprise	4
4. Le CR2PA et les mails.....	5
5. Table ronde : « Le mail dans tous ces états ».....	6
6. Débat.....	9
7. Actualités du CR2PA et conclusion.....	11

1. Accueil

Richard CAZENEUVE remercie LCL et Thierry Vermillac pour leur accueil et la mise à disposition du CR2PA de ce lieu prestigieux. Il remercie également les intervenants qui par leur expérience et leur expertise aideront à décrypter le phénomène mail.

Le président remercie tous les adhérents et amis qui témoignent de leur fidélité aux rencontres du CR2PA et souhaite la bienvenue à nos nouveaux adhérents, sans oublier que quelques uns d'entre eux ont connu le CR2PA au travers du MOOC « Bien archiver : la réponse au désordre numérique ».

L'entreprise a été bien longtemps un espace protégé ; elle vit désormais fenêtres et portes grandes ouvertes. Le succès foudroyant des nouvelles technologies du numérique bouleverse toutes les organisations, mais aussi nos modes de vie, abolissant les frontières entre espaces privé et professionnel !

Comme toute révolution, et celle-ci est planétaire, de nouveaux risques apparaissent, une fragilité au discernement nous guette, car l'« homo numericus » vit dans le stimulus de l'hyper-immédiateté, au risque de devenir un robot tenu en laisse ! Nous savons que la prise de conscience doit être collective, comportementale et managériale. Une hygiène de vie numérique s'impose à nous pour que

chacun puisse pleinement profiter de l'agilité, de la puissance et des atouts des nouveaux outils, dont le plus universel d'entre eux, le courriel.

Mais au juste que représente le phénomène mail et comment le maîtriser ? C'est le sujet de l'après-midi, après la présentation du projet d'archivage managérial de LCL par Thierry VERMILLAC.

2. Le projet « Gestion du document physique et numérique » chez LCL

présenté par Thierry VERMILLAC

Thierry VERMILLAC félicite le CR2PA de rassembler autant d'entreprises sur ce sujet, permettant les liens entre tous les acteurs.



Le grand projet « Gestion du document physique et numérique » est associé au projet d'entreprise « Centricité clients 2018 » : devenir la Banque relationnelle et digitale de référence en ville. L'omni canal va entraîner une augmentation du volume de documents avec des formats différents et multiples. Le projet d'entreprise va entraîner un tsunami numérique nécessitant une gestion documentaire adaptée.

Mais il fait apparaître toute l'importance de conserver les « bons documents » et pour LCL il s'agit principalement des « documents engageants ». Le contexte réglementaire et normatif de l'activité bancaire est de plus en plus important et contraignant. Il est impératif de ne pas dégrader la qualité documentaire.

LCL a la volonté d'assurer le juste niveau d'assurance au juste niveau de coût.

Maîtriser le flux des documents commence par une meilleure identification des documents engageants. L'objectif sera ensuite de créer le système d'information de LCL – d'où le besoin de pilotage du physique et du numérique. Pour assurer le pilotage dans le temps, nous mettrons en place une gouvernance. Ce sont là les trois projets dans ce grand projet.

Le projet est rattaché à un membre du Comex LCL. Le CoPil du projet est constitué entre autres de deux membres du COMEX et trois membres de la Direction générale. La question posée au projet est : « comment faire en sorte que les documents qui engagent la responsabilité de l'entreprise soient identifiés, bien conservés, sécurisés et accessibles selon leur nature pendant le temps nécessaire, tout cela au meilleur coût ? ».

Le 1er projet est « Identifier les documents engageants ».

Il s'agit d'identifier la finalité et la valeur du document et d'analyser les processus métier. Le projet se caractérise par :

- une méthode (LCL a choisi Arcateg™)

- une démarche (un « sprint » est organisé pour chaque processus : en quinze jours et trois réunions, le métier fait les choix nécessaires)
- un référentiel de conservation partagé
- une trajectoire pour analyser tous les processus de l'entreprise sur un an.

La réussite d'un tel projet dépend de la possibilité de convaincre la Direction : montrer les risques, l'importance de gérer les documents.

Le 2e projet concerne le système d'information des documents physiques et numériques.

On crée des documents numériques mais où les accueillir ? Quel outil pour orchestrer tous documents et mixité support ?

Le SAE peut comporter plusieurs conteneurs numériques car il y a différents supports et formats de documents. Pour faire le liant entre tous ces documents et tous ces réceptacles, il faut être capable de tracer les documents envoyés par les clients ou créés dans l'entreprise. Le SAE c'est l'orchestration de tous ces besoins.

On parle de cycle de vie du document mais il faut pouvoir aller du document à la donnée.

Le 3e projet concerne la gouvernance de la gestion des documents physiques et numériques.

Il s'agit de créer une vraie « autorité de gestion des documents » pérenne, rattachée à un membre du Comex. Cette autorité doit avoir un pouvoir de décision et doit faire respecter les règles (rôles et responsabilités, contrôles, coûts, reporting).

- Voir le PPT de présentation dans l'espace adhérents du site

Questions

Delphine MOUCHEL (DCNS) : combien de temps durerait le projet sans sponsor ?

Thierry VERMILLAC : la question ne se pose pas comme ça ; le point de départ est la nécessité du sponsor, donc on va le chercher. Il faut trouver les arguments : manque d'efficacité avec le papier, risque documentaire avec le numérique mal géré, les documents engageants, une petite pincée d'inspection générale...

Delphine MOUCHEL (DCNS) : prenez-vous en compte l'arriéré ?

Thierry VERMILLAC : nous avons fait le choix de ne pas s'occuper des archives physiques – « le passé c'est le passé ». La priorité est donnée au traitement du flux, même si nous avons beaucoup d'archives physiques qu'il convient d'optimiser (environ 800 kilomètres linéaires). Avec 10 ans de numérisation : on trouve la trace du physique dans le numérique. En revanche, l'arriéré des archives électroniques est pris en compte dans le projet.

Gérard RAMIREZ DEL VILLAR (SIpublic Info) : combien de personnes sont impliquées ?

Thierry VERMILLAC : l'archivage concerne toute l'entreprise, tous les collaborateurs, toute l'entreprise doit se mettre en mouvement, si l'individu ne se sent pas concerné alors qu'il engage l'entreprise quand il agit, c'est prendre un risque.

Elise BARZUN (Les Arts décoratifs) : pouvez-vous en dire plus sur le SAE ?

Thierry VERMILLAC : le but du SAE est d'être capable de conserver, d'assurer l'intégrité, etc., tout ce qui fait qu'on ne pourra pas remettre en cause la qualité du document. Le SAE regroupe plusieurs conteneurs numériques. Compte tenu de la variété des documents, il ne peut pas y avoir un seul réceptacle. Par exemple, pour un prêt immobilier, il y a la simulation sur Internet, l'appel du conseiller, le formulaire complété, la rencontre en agence, etc. Il est utopiste de croire qu'un seul réceptacle peut le faire.

Alain GRIMAUD (informaticien) : quelle charge de travail ? Combien d'équivalent temps plein pour l'équipe qui conduit ce projet ?

Thierry VERMILLAC : Le projet Métier est constitué de 4 personnes accompagnées de 2 collaborateurs de la ligne SI ; après, il y a la force de persuasion... C'est le processus métier qui est responsable de l'information qu'il crée ; il faut leur faire prendre conscience des enjeux (relation avec les autorités, relation client, comptabilité...). Le document appartient au métier ; nos métiers sont pilotés par des processus (LCL a déjà une vision transversale). Il est important de donner aux collaborateurs des résultats opérationnels car c'est la concrétisation des prises de décisions et des

actions. Par exemple, pour la gestion des durées de conservation, cela permet de rentrer dans la démarche opérationnelle. Quand on sort du « sprint », on a déjà des éléments concrets sur la gestion physique, sur la nomenclature des boîtes ou la gestion des durées (court, moyen, long terme).

Jean-Loup QUEINEC (ASP) : est-ce que dans la création d'un processus numérique, vous pouvez intervenir pour que la maîtrise d'ouvrage prenne en compte le caractère engageant du document et que ce ne soit pas seulement un outil de gestion de l'information ?

Thierry VERMILLAC : oui, pour tout nouveau projet qui gère le cycle de vie du document, nous sommes dans la boucle. La notion de trace informatique n'est pas encore prise en compte par tous ; par exemple, lors de l'entrée en relation d'un client, il y a une interrogation de la Banque de France ; il faut tracer que cette interrogation a été faite et que, selon la réponse, on a fait autre chose, etc.

Richard CAZENEUVE : j'ai beaucoup de plaisir à écouter car je retrouve nos arguments...

Thierry VERMILLAC : je me suis beaucoup inspiré de la brochure du CR2PA sur l'archivage managérial...

Richard CAZENEUVE : est-ce que CR2PA a permis de réduire la durée du projet ?

Thierry VERMILLAC : il nous a aidé à mûrir. Quand nous nous sommes lancés dans ce projet, nous avons cherché des informations ici et là ; le CR2PA était le plus proche de là où on voulait aller, avec un discours simple et compréhensible ; et la rencontre avec d'autres membres aide à mûrir.

3. Cartes postales sur la gestion des mails en entreprise

animée par Aurélien CONRAUX

avec François DELION (Bouygues Telecom), Christophe BINOT et Myriam ZACCOMER (Total SA) et Nathalie-MORAND-KHALIFA (L'Oréal)

Aurélien CONRAUX (BnF) présente la première séquence de la manifestation, une série de quatre cartes postales sur la problématique des mails dans l'entreprise.



Il ne s'agit pas d'une présentation des outils, mais de la philosophie sur laquelle s'appuie la gestion des courriers électroniques dans nos organisations, et quelques idées fortes éclairant les choix techniques ou organisationnels décidés dans nos contextes respectifs.

Les contextes, les méthodes et les résultats sont différents, et c'est souhaité, car ces cartes postales visent à :

- provoquer la discussion, l'intérêt, le débat peut-être sur nos logiques d'institution,
- montrer la diversité des approches possibles,
- démontrer que les mails, c'est une question d'organisation ou de formation autant qu'un enjeu technique.

Aurélien CONRAUX remercie Total, L'Oréal et Bouygues Télécom de leur contributions avant de présenter la pratique de la BnF sur le sujet.

Points forts des présentations. Les problèmes :

- utilisations du mail multiple,
- on dénonce la réponse des DSI qui consiste à accroître la capacité de stockage : 200 Mo par utilisateur au lieu de 20 dans une entreprise, 15 Go pour une autre...
- exemple d'un mail avec PJ de 6 Mo envoyé à toute l'entreprise : l'équivalent de 120 km en dégagement de CO2...
- côté personnel voire intime du mail.

Points forts des présentations. Les solutions :

- le mail est un document comme les autres (rattaché à un dossier, associé à une durée ou à supprimer rapidement) ;
- le mail appartient à l'entreprise si il est émis ou reçu en son nom ; le collaborateur est auteur et n'est pas propriétaire du mail ; il n'est pas responsable de la conservation mais responsable que le mail soit conservé ;
- « l'utilisateur gère des mails, il ne gère pas la messagerie » (Nathalie-MORAND-KHALIFA) ;
- changer les comportements (partir du document pour envoyer un mail et non de la messagerie...) ; scénariser l'aide aux utilisateurs ;
- prévoir des zones différentes selon la valeur des mails ;
- ajouter un bouton qui facilite l'archivage même si les solutions du marché ne le proposent pas.

➤ Voir les 4 présentations dans le PPT général de la séance dans l'espace adhérents du site

4. Le CR2PA et les mails

présenté par Daniel COLAS Marie-Anne CHABIN

Daniel COLAS revient sur le livre blanc du CR2PA publié en 2009 : « Les utilisateurs face aux mails qui engagent l'entreprise » avec, l'année suivante, une analyse du marché des offres éditeurs.

Les solutions rencontrées ne sont pas satisfaisantes. Les offres d'éditeurs pour outiller et faciliter l'archivage des mails n'ont guère progressé et les problèmes perdurent, soulignant que c'est beaucoup une question d'intelligence humaine, peu automatisable.

À noter que c'est à ce moment-là (2009) que l'expression « document engageant » s'est imposée car simple et comprise par tous.

Marie-Anne CHABIN présente succinctement trois exemples de mails engageants au cœur d'un contentieux ou d'une affaire, tirés de l'actualité et signalés déjà sur le groupe LinkedIn du CR2PA.

➤ Voir les 2 présentations dans le PPT général de la séance dans l'espace adhérents du site

5. Table ronde : « Le mail dans tous ces états »

animée par Richard CAZENEUVE

avec :

Isabelle RENARD, avocat au barreau de Paris, Docteur Ingénieur, Cabinet I. Renard
Marie-Madeleine SALMON, directrice du service documentation chez Publicis
Frédéric CHARLES, responsable Stratégie & Gouvernance du SI chez SUEZ Environnement



Introduction

Richard CAZENEUVE excuse Bruno DANVIN qui avait accepté d'animer cette table ronde et Sébastien SOYEZ, des Archives du royaume de Belgique, qui devait y participer, empêchés l'un et l'autre d'être présents par des problèmes de santé.

Premier regard des invités sur les mails :

Isabelle RENARD : avant d'être avocat, j'ai travaillé pendant vingt ans comme ingénieur chez Thomson CSF (Thalès) où toute information est importante et où la communication est contrôlée. À l'époque, le mail n'existait pas, on faisait attention à ce qu'on écrivait ; je pense que c'est toujours le cas dans le domaine de la défense. Depuis que j'exerce comme avocat, les ravages du mail me frappent tous les jours, avec des procès où les salariés ont dit par mail le contraire de ce qui était contractuellement convenu. Le mail est un vecteur d'information mais il n'a pas vraiment de statut juridique : lettre ? document ? information ?

Marie-Madeleine SALMON : je suis responsable chez Publicis de tous types d'informations, au plan international, avec des mails, des textos, etc. Un point d'attention est la lourdeur des fichiers. On n'a pas une bonne visibilité des choses car la gestion en interne est centralisée par la DSI et il y a aussi des données à l'extérieur par l'utilisation d'équipements personnels pour communiquer plus facilement. Le temps est le grand organisateur du travail de chacun ; le facteur temps et la multiplicité des tâches.

Frédéric CHARLES : dans notre DSI, la question de la gestion des mails a été posée par un incident en 2008 : une réponse à un appel d'offre envoyée par mail un vendredi soir n'a pas été reçue. La pièce jointe pesait 11 Mo et, en 2008, ça ne passait pas. Le choix a tout de suite été fait de ne pas traiter la question en interne mais d'utiliser une plateforme externe : on a l'impression que le mail est envoyé mais il est en fait déposé dans un réceptacle (type Dropbox ou Mycoursier). Nous avons alors créé un pôle collaboratif à la

DSI pour regrouper l'ensemble des sujets : mails, réseaux sociaux... L'email est au cœur de la collaboration.

COMPRENDRE LE PHÉNOMÈNE DU MAIL. CONTRÔLER LES MAILS QUI ENGAGENT

Le mail est devenu en 10-15 ans un mode de communication universel, qui transporte (et colporte) les informations en temps réel. Il reste l'outil d'échange principal dans et hors de l'entreprise, même si les alternatives se développent: SMS, outils collaboratifs, réseaux sociaux... Le mail laisse des traces toujours plus nombreuses et volumineuses dans les serveurs de messagerie.

Une part des mails d'entreprise (non négligeable malgré un faible pourcentage) engagent l'entreprise ou lui font courir un risque. Le mail, même informel ou ambigu, est aujourd'hui un moyen de preuve, à charge ou à décharge, comme en témoigne régulièrement l'actualité. Quelles réponses pour maîtriser le désordre ?

❖ Le mail est-il un épiphénomène ou est-il un phénomène durable ?

Frédéric CHARLES : chaque entreprise a son ADN ; chez Suez environnement, notre approche de la question n'est pas du tout liée à la valeur probante. Ma conviction est que X entreprises positionnent l'utilisation du mail dans la gestion de tâches, avec l'enjeu de réaliser le plus de tâches en le moins de temps. De ce point de vue, le mail comme vecteur d'information va perdurer. Mais le mail est aussi un « fossoyeur de connaissance » : si le mail est privé, on ne sait pas le retrouver ; notre DSI détruit les boîtes de messagerie des personnes qui sont parties.

En résumé, le mail sert à deux choses : travailler au quotidien en aidant à la productivité, et engager la société ; s'il ne sert ni à l'un ni à l'autre, il faut utiliser d'autres outils : messagerie instantanée, outils collaboratifs, Twitter, là où il est pertinent d'inverser la chaîne de relation (quand on envoie un mail on oblige les destinataires à le lire, avec Twitter chacun décide ou non de suivre une conversation).

Marie-Madeleine SALMON : quelle est la nature de ce qui est échangé ? Pour Publicis, ce sont beaucoup de fichiers audiovisuels avec des poids importants. Dans la course au temps, il y a des dérives d'emploi d'autres outils, quand les salariés, pour aller plus vite, utilisent leurs propres outils externes à l'entreprise, avec toutes les complications associées pour le responsable sécurité car un texto envoyé à partir d'un abonnement privé peut faire foi pour qui sait le ressortir lors d'un procès.

Publicis est attentif au cas de l'entreprise Continental qui a décidé de se doter d'un système complet d'échange sans mails ni textos, via la création d'un blog et d'autres systèmes ou supports conversationnels, le tout étant centralisé, avec 56 pilotes pour 55000 collaborateurs.

❖ Comment expliquer le décalage entre le poids de cet outil et l'absence de règles de gestion ?

Isabelle RENARD : je ne m'explique pas ce décalage. Tout le monde tâtonne, même le droit. Le courrier électronique n'est défini que dans une loi, et une loi non codifiée : il s'agit de la loi sur la Confiance dans l'économie numérique (2004) qui définit le courrier électronique comme « un message envoyé sur un réseau public de communication ». Cette définition incomplète et trop technique ne colle pas avec la réalité de ce que sont, par exemple, les messageries électroniques des banques.

Il y a en revanche beaucoup de jurisprudence. Le mail est-il une correspondance ? Est-ce encore une correspondance ? On dit que le mail échangé entre collaborateurs appartient à l'entreprise sauf si il y a la mention « perso » mais ce n'est pas réaliste. Le droit est déstructuré, et il reflète en cela la société. Le code civil dit qu'un courrier peut être envoyé par mail mais tous les mails ne sont pas des courriers...

Frédéric CHARLES : la messagerie électronique est un outil informatique, avec de nouvelles fonctionnalités qui ont été déployées sans accompagnement, sans appropriation par les collaborateurs. Il y a bien quelques chartes d'utilisation de la messagerie mais on l'utilise comme on veut, comme GED pour certains tandis que d'autres ni mettent rien. C'est un outil totalement ouvert, une pâte à modeler... Question : un collaborateur a-t-il le droit de ne pas répondre à un mail ? Ce n'est pas précisé dans le contrat de travail.

Marie-Madeleine SALMON : à cause de la disparité des formats et des contenus audiovisuels, nous essayons d'organiser la gestion du back office de gestion des mails entre la DSI et les responsables documentaires, afin de trouver l'outil le plus adapté à chaque mission. La DSI ne sait pas décider pour les autres.

Frédéric CHARLES : on peut remarquer que pour la messagerie électronique, il n'y a pas de maîtrise d'ouvrage associée comme on peut en avoir pour des applications finances ou RH. Qui décide pour le poste de travail ?

❖ La pratique du mail a amélioré la performance de l'entreprise ?

Isabelle RENARD : vu de l'extérieur, dans la communication avec de grands clients (plusieurs milliers de collaborateurs), je constate qu'il y a une telle avalanche de mails qu'ils ne répondent plus. Si un mail n'a pas reçu de réponse le lendemain, il passe à la trappe. Comme avocat, j'écris peu de mails et ils sont très ciblés (demander un accord pour faire un document ou avoir telle information) ; or, une fois sur trois, le client ne l'a pas lu, il s'est perdu dans une centaine de mails. Et cela s'aggrave.

Frédéric CHARLES : le mécanisme du mail consiste à ce qu'un auteur envoie quelque chose à un destinataire ; le mail est donc un distributeur de travail, avec cette spécificité que la somme de travail à faire est définie par les expéditeurs ; on ne peut avoir de la performance avec ce système-là. Le mail génère beaucoup de travail qui ne sert à rien pour l'entreprise. En revanche, on constate que l'entreprise a gagné dans un certain nombre de processus grâce à l'instantanéité. Il faut savoir décider de ne pas traiter tous les mails.

J'entends qu'on veut archiver des mails. Je m'interroge sur l'intérêt. Google a déclaré qu'il ne voulait plus jamais archiver, en remplaçant l'archivage par un algorithme de recherche.

Marie-Madeleine SALMON : nous essayons de répondre à nos clients par tous moyens. Les salariés deviennent des jongleurs avec les mails et les textos. Comment garde-t-on la trace des engagements réalisés par ce moyen ? Chacun fait son archivage à sa manière. Chez Publicis, il y a beaucoup d'autonomie là-dessus pour les régions. Au final, tout arrive à DSI mais la volumétrie est trop importante.

❖ Beaucoup de cadres restent connectés tout le temps, c'est aliénant ...

Frédéric CHARLES : le problème est le même que pour le téléphone mobile avant ; les gens aiment s'aliéner avec les outils à la mode... On peut décider de pas répondre le week-end.

Isabelle RENARD : c'est un comportement addictif ; on veut être sûr qu'on ne passe pas à côté de quelque chose. Les gens s'auto-aliènent, sont dans l'attente du bip qui traduit le besoin d'être important dans son travail. Et ce alors même que certaines entreprises tentent d'imposer des règles pour éviter cette surenchère.

Marie-Madeleine SALMON : chaque manager est en position d'impulser des règles ou des pratiques. Certains chefs de service refusent le texto, d'autres pas du tout. Il faut pouvoir le gérer et retrouver l'information si besoin.

Il faut distinguer l'utilisation du mail ou du texto et l'archivage quel que soit le support. Il faut gérer « en esprit d'archivage ».

❖ Comment agir face au risque que représente le mail ?

Isabelle RENARD : en termes de responsabilités, ce n'est pas tant le mail qui est en cause que la différence à faire entre ce qui est interne (relation entre collègues) et ce qui sort de l'entreprise par mail, SMS ou autre. À partir du moment où l'information sort, elle peut servir de preuve, quelle que soit la forme.

Le mail comme media de communication est employé par chacun comme il veut ; il y a un manque absolu de conscience et de compréhension. Exemple : lors d'une crise informatique chez un client, on s'aperçoit qu'un des interlocuteurs côté constructeur des matériels défectueux a envoyé des mails comportant des informations qui vont se retourner contre lui ; on est dans cette affaire à un niveau d'1M d'euros. Autrefois, le courrier, vu sa sensibilité, aurait été revu par le management ou la direction

juridique. Il y a nécessité absolue de contrôler ces échanges par des règles. Le contexte s'est inversé : avant, il était difficile de retrouver la pièce qui risquait de se retourner contre son auteur ; aujourd'hui, dans les messageries, c'est très facile, on trouve ce qu'on veut... il faut revenir à une situation plus saine.

Marie-Madeleine SALMON : nous avons une clause de confidentialité dans les contrats de travail sur l'attitude vis-à-vis des mails extérieurs. Le responsable de département doit rappeler à collaborateurs les risques pris vis-à-vis du client ; nous sommes prestataires, et il y a une prise de conscience là-dessus ; si un mail est engageant, il ne part pas sans contrôle ; cela dépend de l'attitude commerciale en amont du traitement du mail et des outils collaboratifs.

Frédéric CHARLES : c'est un problème de repositionnement, de posture et de relation avec l'extérieur. Il faut définir les usages que l'on veut ; on est au niveau du management et pas des outils.

❖ Comment faire évoluer les choses, au bénéfice des générations ?

Frédéric CHARLES : celui qui est mordu par un piranha ne traverse plus la rivière... Mais la question se repose à toutes les générations ; les outils privilégiés ne sont plus les mêmes. Les teenagers actuels délaissent Facebook pour Snapchat....

Isabelle RENARD : l'amélioration passe par le dialogue, la formation et l'information, et par l'intervention des managers. Il y a des valeurs humaines toutes bêtes qu'on oublie. Certaines personnes écrivent des mails en bon français, d'autres s'expriment en patagon ... Cela relève aussi de la culture d'entreprise.

❖ Quel intérêt de conserver des messages mal rédigés, inexploitable ?

Frédéric CHARLES : pour Google on peut tout stocker sans trier, car ils proposent de retrouver l'information autrement, par des algorithmes. Je comprends la logique d'archivage mais ce n'est pas le cas partout. On doit pouvoir cliquer sur le bon bouton pour séparer les mails qui ont un intérêt des autres, et c'est dommage que cela n'existe pas dans les produits standard. On sait quand on est engageant ou pas ; ce n'est pas un problème d'outil. L'outil en revanche peut résoudre certaines situations, notamment en créant des alertes.

Marie-Madeleine SALMON : je me réfère une fois encore à l'exemple de Continental : ils mettent en place une nouvelle façon d'échanger entre équipes. Le système est plus central, plus global, alliant création de contenu et archivage, un peu comme dans SAP, avec une alerte au-dessus de telle somme engagée. C'est à la fois un gain de temps et du désencombrement de serveur. Il faut aussi segmenter les usages.

6. Débat

Jean-Pierre FREY (CCAS) : vous n'avez pas évoqué la formation des salariés pour le numérique ; pour ma part, j'ai acquis quelques notions par des copains mais je n'ai pas reçu de formation. On a l'impression que les machines bientôt écriront pour nous ; quelle place pour l'humain ?

Frédéric CHARLES : l'appropriation des outils par les individus finit toujours par arriver, plus ou moins. Ce n'est pas ma spécialité mais il est évident que le sujet, c'est l'humain.

Marie-Madeleine SALMON : on peut constater une certaine autonomie des personnes mais la formation est nécessaire. La DRH doit faire des propositions, ce qui n'empêche pas d'autres initiatives. Chez Publicis, cela se passe bien pour la formation ; les séances ont lieu parfois entre midi et 14h. C'est la formule pour les formations SAP depuis un an.

Isabelle RENARD : c'est le problème du passage à l'acte. Je vais dire ici tout le mal que je pense des chartes informatiques : des documents qui font entre 10 et 40 pages voire 60 pages, avec une liste d'interdictions à la Prévert absolument pas réalistes. On se donne bonne conscience, en faisant revoir la charte par un avocat et en la présentant au CE ; on diffuse la charte, mais sans formation ; il manque un échelon entre la règle de droit et les choses concrètes.

Elise BARZUN (Les Arts décoratifs) : est-ce important d'avoir une définition de ce qu'est un courriel ? On n'avait pas jusque-là de définition de ce qu'est un courrier ?

Isabelle RENARD : vous avez raison sur le fond mais le vecteur message électronique apparaît partout et n'est pas défini. Si on le nomme, il faut dire ce que c'est. Le sujet est très consumériste : on a un contrat dématérialisé mais comment le consommateur y a accès ? Faut-il l'envoyer sur support durable ? La DGCCRF et d'autres instances discutent sur le sujet...

Delphine MOUCHEL (DCNS) : l'inconscience des entreprises face au mail a bien été soulignée dans le MOOC et aujourd'hui on voit toutes bonnes pratiques mises en œuvre par Bouygues Télécom ou Total. Mais comment faire passer cela auprès des administrateurs ? Je constate qu'on a abandonné l'enregistrement du courrier ; j'ai vu que les fiches documentaires des applications de courrier diminuent tandis que le mail explose et que rien n'est enregistré. Comment communiquer pour toucher concrètement l'utilisateur ?

Frédéric CHARLES : la solution passe par une segmentation des usages. Il faut mettre le sujet à l'ordre du jour des réunions de service, créer une boîte à idées (journée zéro mail...). La question doit être abordée comme le problème d'aménagement des bureaux, c'est pareil, sauf que c'est virtuel. C'est un projet commun.

Marie-Madeleine SALMON : il faut distinguer le flux et le stockage, et échanger les bonnes pratiques avec les professionnels et avec les responsables d'archivage ; l'archivage est la conclusion mais il ne faut pas gérer à la Google ! Les objets connectés permettront peut-être d'aller plus loin mais pas tout de suite.

Richard CAZENEUVE : avez-vous noté une évolution chez les dirigeants d'entreprise depuis 5 ans avec les affaires ?

Frédéric CHARLES : les outils mobiles changent les choses ; avec la 3G, la 4G, les dirigeants sont bombardés de messages, donc plus conscients. Les règles de conduite des affaires figurent dans le contrat de travail des sociétés américaines.

Richard CAZENEUVE : les grands groupes ont des moyens que les PME n'ont pas ; celles-ci sont donc plus exposées au risque, plus fragilisées.

Frédéric CHARLES : je vois une différence entre petite et grande entreprise : la grande n'aime pas le risque ; une petite entreprise aime le risque et affronte la problématique de gouvernance de risque.

Marie-Madeleine SALMON : le responsable d'une PME ou d'un grand groupe réagit quand un événement négatif survient. Le risque en matière de réputation fait réagir.

Isabelle RENARD : oui, l'événement négatif joue un rôle mais le comportement est différent car une entreprise petite ou moyenne est plus concentrée sur son cœur de métier. Dans une PME, chacun est davantage responsabilisé, le comportement est différent.

Marie-Madeleine SALMON : on croit perdre du temps à régler ces questions mais c'est pour en gagner après ; mais un projet à deux ans n'intéresse pas ; les dirigeants comprennent mais ne se donnent pas les moyens de trouver des solutions. Le principal levier est la réputation, les médias sociaux.

Alain GRIMAUD : c'est la société qui pousse ; les collaborateurs se sont mis à joindre des pièces jointes à leur mail car ils avaient la possibilité de le faire. L'entreprise court derrière la technique des personnes privées. Le problème ne se limite pas aux mails. C'est pourquoi vous auriez dû appeler votre manifestation « la communication dans tous ses états ».

Les outils personnels sont plus performants que les outils d'entreprise (Google, Twitter, Snapchat...). Ces outils interviennent en sous-marin car ils stockent tout.

Christophe BINOT (Total) : oui, l'objectif est de rapatrier le système d'information chez eux et tout contrôler ; la stratégie de domination des géants américains est basée là-dessus.

7. **Actualités du CR2PA et conclusion**

Rappel du MOOC « Bien archiver » et des rencontres du CR2PA de l'année écoulée : SYSTRA, ASP. Focus sur les Ateliers du CR2PA, lancés en septembre 2014 pour les échanges entre adhérents.

- trois ateliers déjà en 2015 : 12 février chez GrDF, 2 avril chez BPI France, 2 juin chez L'Oréal
- 1 atelier par mois à partir de la rentrée.

Annonce de la 3^e rencontre CR2PA-éditeurs, le 15 septembre prochain.

Plusieurs participants témoignent de leur intérêt pour le MOOC : comprendre les concepts, réutiliser les éléments dans son projet, ouverture vers de nouvelles missions pour les documentalistes.

- *Voir le PPT dans l'espace adhérents du site*

Compte rendu rédigé par Nathalie MORAND-KHALIFA et Marie-Anne CHABIN