

Impacts et usages
de la messagerie
électronique

OCTOBRE 2000

LE CIGREF

Le Cigref, Club informatique des grandes entreprises françaises, existe depuis 1970. Sa finalité est la promotion de l'usage des systèmes d'information comme facteur de création de valeurs pour l'entreprise. Il constitue un lieu privilégié de rencontre et d'échange d'informations entre les responsables des grandes entreprises françaises ou européennes utilisatrices d'importants systèmes d'information. Ce partage d'expériences vise à faire émerger les meilleures pratiques. Chaque année, le Cigref réalise des études sur des sujets d'intérêt commun.

Rapports publiés par le Cigref en 2000 :

Gérer les connaissances

Défis, enjeux et conduite de projet

Java, langage et architecture

Fiche technologique

La sécurité à l'heure d'internet

Le phénomène Linux en entreprise (à paraître)

Fiche technologique

Mobilité et GSM (à paraître)

Fiche technologique

Nomenclature 2000 (édition de septembre 2000)

Les emplois-métiers du système d'information

Observatoire 2000 des Télécoms

XML, vers un format universel ?

Fiche technologique

Ces rapports peuvent être obtenus en se connectant sur le site web du Cigref : www.cigref.fr

PARTICIPANTS

Un groupe de réflexion animé par Jean-Paul Meriau, Directeur du programme *e-business* de Renault, a été constitué au Cigref, avec la participation active des personnes et entreprises suivantes :

Marc Akbarali	Informatique CDC	Jean-Michel Kientz	LVMH
Jean Paul Amoros	AGF	Renaud Lagarde	Lyonnaise des Eaux
Antoine Arrivet	Danone	Roger Laroche	BDPME
Thierry Aschour	Informatique CDC	Sophie Le Toquin	Renault
Denis Attinault	CEA	Pascal Millot	Natexis Banques Populaires
Michel Benier	TotalFina Elf	Michel Monvoisin	EDF-Gaz de France
Joël Blondeau	La Française des Jeux	Joseph Mostefaoui	BDPME
Arnaud Brenac	BNP Paribas	Didier Munier	Snecma
Martine Chicault	Radio-France	Michel Picard	Crédit lyonnais
Chantal France	Crédit Foncier	Eric Pichon	Cogema
Jorge Greco	Renault	Jean-Claude Puyfages	L'Oréal
Bertrand de Greef	AP-HP	Jean Raguin	Framatome
Michel Halgan	Macif	Marc Rocher	Mairie de Paris
Jacques Hetzel	Aérospatiale Matra	Alain Soubelet	EDF-Gaz de France
Denis Jamet	Framatome	Thierry Voulot	ANPE

Nous remercions tous les responsables informatiques des entreprises qui ont répondu au questionnaire.

Nous remercions également Jean-Laurent Santoni du cabinet Marsh Conseil pour sa collaboration sur les aspects juridiques.

L'étude a été rédigée par Frédéric Lau (Cigref).

SOMMAIRE

1. RÉSUMÉ	9
2. INTRODUCTION	11
3. ÉTAT DES LIEUX	13
3.1 Choix techniques et impacts sur l'architecture	15
3.2 Et l'architecture fonctionnelle ?	23
4. PÉNÉTRATION EN ENTREPRISE	25
4.1 Une volonté de com-mu-ni-quer !	25
4.2 Qui est équipé ?	27
4.3 Ouverture ou fermeture ?	30
4.4 Coûts et moyens d'évaluation	31
5. IMPACTS SUR LES ORGANISATIONS	35
5.1 Mais qu'en font-ils ?	35
5.2 Quid des anciens médias?	36
5.3 Adaptation des modes de travail	37
5.3.1 Impacts sur les métiers	37
5.3.2 Organisation des projets	38
5.3.3 Les relations hiérarchiques	39
5.3.4 Usage courant	40
6. LA MESSAGERIE ET LES AUTRES MÉDIAS	43
6.1 Les espaces d'échange	43
6.2 Le groupware et le workflow	44
6.3 Les annuaires	46
6.4 Les autres médias	47
6.4.1 Agendas	47
6.4.2 Assistants personnels	48
6.4.3 Les mobiles	48
6.4.4 Divers	48

7. USAGES ET ÉTHIQUE, SÉCURITÉ ET PROTECTION DE L'ENTREPRISE **49**

7.1	Quelques chiffres	49
7.2	Le courrier en tant que tel	50
7.2.1	Courrier privé – public ?	50
7.2.2	(Que) peut-on contrôler ?	51
7.2.3	Qui est responsable ?	52
7.2.4	Et la preuve ?	53
7.3	Les nouvelles technologies intégrées à la messagerie	54
7.3.1	La problématique des annuaires	54
7.3.2	La signature électronique et le chiffrement	55
7.4	La charte du bon usage	56
7.5	Les acteurs	57
7.6	En bref...	57

ANNEXE 1 : DÉCRETS APPLICATIFS DE LA DÉCLARATION SUR LA LIBÉRALISATION DE L'USAGE DE LA CRYPTOGRAPHIE EN FRANCE **59**

ANNEXE 2 : ARTICLES DE LOI SUR LE SECRET **63**

ANNEXE 3 : LOI N° 2000-230 DU 13 MARS 2000 PORTANT ADAPTATION DU DROIT DE LA PREUVE AUX TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET RELATIVE À LA SIGNATURE ÉLECTRONIQUE **67**

ANNEXE 4 : RECOMMANDATIONS DU COMITÉ DES MINISTRES DU CONSEIL DE L'EUROPE SUR LA PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE SUR INTERNET **71**

ANNEXE 5 : CHARTE D'UTILISATION DE LA MESSAGERIE DE RENAULT **77**

ANNEXE 6 : EXTRAITS DE LA NÉTIQUETTE DE LA SNCF **81**

TABLE DES ILLUSTRATIONS

Figure 1 : Répartition géographique des entreprises.....	13
Figure 2 : Secteurs d'activité concernés par les entreprises ayant répondu.....	13
Figure 3 : Ancienneté des systèmes actuels : pourcentage annuel d'entreprises ayant changé leur système de messagerie.....	14
Figure 4 : Aujourd'hui quel est le type de messagerie utilisée ?.....	15
Figure 5 : Quels sont les systèmes de messagerie remplacés ?.....	15
Figure 6 : Quels sont les systèmes de messagerie actuels ?.....	16
Figure 7 : La mise en œuvre de la messagerie a-t-elle eu un impact sur le système d'information ?.....	17
Figure 8 : L'utilisation de la messagerie a-t-elle eu un impact sur le système d'information ?.....	17
Figure 9 : Quels sont les architectures installées ?.....	18
Figure 10 : Quels sont les modes d'administration de la messagerie ?.....	18
Figure 11 : Quel type de décentralisation ?.....	18
Figure 12 : Comparaison nombre de serveurs - nombre de boîtes aux lettres.....	19
Figure 13 : Comparaison nombre de serveurs - nombre de sites.....	20
Figure 14 : Quels sont les clients natifs cités ?.....	21
Figure 15 : Quels sont les clients SMTP/Pop3 cités ?.....	21
Figure 16 : Clients web cités.....	22
Figure 17 : Quelle est la répartition des types de clients de messagerie ?.....	23
Figure 18 : L'architecture fonctionnelle a-t-elle été modifiée par la mise en œuvre de la messagerie ?.....	23
Figure 19 : L'architecture fonctionnelle a-t-elle été modifiée par l'utilisation de la messagerie ?.....	24
Figure 20 : Des applications informatiques ont-elles été modifiées par la messagerie ?.....	24
Figure 21 : Qui est à l'initiative du projet messagerie ?.....	25
Figure 22 : Quel est l'élément déclencheur ?.....	25
Figure 23 : Quels ont été les objectifs visés ?.....	26
Figure 24 : Quel est le taux d'équipement des postes de travail en boîtes aux lettres par secteur d'activité ?.....	27
Figure 25 : Quel type d'accès à la messagerie est offert à l'utilisateur ?.....	28
Figure 26 : Quel est le taux d'équipement par population ?.....	28
Figure 27 : Dans quel ordre les populations ont-elles été équipées ?.....	29
Figure 28 : Quels sont les types de boîtes aux lettres proposés à l'utilisateur ?.....	29
Figure 29 : Quel est la proportion de messages professionnels/personnels ?.....	30
Figure 30 : Quelle politique d'ouverture vers internet ?.....	31
Figure 31 : Les utilisateurs possèdent-ils une adresse accessible de l'extérieur de l'entreprise ?.....	31
Figure 32 : Quel est le rythme de progression annuelle ?.....	32
Figure 33 : Quelles sont les sources d'informations concernant l'impact de la messagerie sur l'usage des autres médias ?.....	37
Figure 34 : Des services ont-ils été modifiés suite à l'apparition de la messagerie ?.....	37
Figure 35 : Les relations hiérarchiques ont-elles été modifiées par l'utilisation de la messagerie ?.....	39
Figure 36 : Qui est le plus réactif à un incident ?.....	41
Figure 37 : Quel est le degré de criticité de la messagerie ?.....	41
Figure 38 : Quels sont les types d'espaces d'échange offerts aux utilisateurs ?.....	43
Figure 39 : Quels sont les sujets des espaces d'échange ?.....	44
Figure 40 : Combien d'entreprises possèdent des applications de circulation d'information ?.....	44
Figure 41 : Combien sont couplées à la messagerie ?.....	44
Figure 42 : Combien d'entreprises possèdent des applications de partage d'information ?.....	45
Figure 43 : Les applications de partage d'information sont-elles couplées à la messagerie ?.....	45
Figure 44 : Combien d'entreprises possèdent un annuaire ?.....	46
Figure 45 : L'annuaire d'entreprise est-il basé sur les annuaires de messagerie ?.....	46
Figure 46 : L'annuaire est-il couplé avec un système de messagerie ?.....	47
Figure 47 : Comment l'annuaire est-il accessible ?.....	47
Figure 48 : À qui l'annuaire est-il accessible ?.....	47
Figure 49 : Avez-vous diffusé des règles d'utilisation de la messagerie ?.....	49
Figure 50 : Possédez-vous un comité d'éthique ?.....	49
Figure 51 : Avez-vous formalisé une observation des usages de la messagerie ?.....	49
Figure 52 : Quel enchaînement suivre ?.....	53
Figure 53 : Décret n° 99-199 du 17 mars 1999 définissant les catégories de moyens et de prestations de cryptologie pour lesquelles la procédure de déclaration préalable est substituée à celle d'autorisation.	61
Figure 54 : Décret n° 99-200 du 17 mars 1999 définissant les catégories de moyens et de prestations de cryptologie dispensées de toute formalité préalable.	62

1. RÉSUMÉ

La messagerie électronique est de nos jours devenue un des moyens de communication les plus indispensables aux grandes entreprises. Les équipements sont récents, l'internationalisation favorise les échanges et culturellement, l'avènement d'internet a favorisé l'accélération des besoins de communication.

Cette forte diffusion en entreprise est le résultat d'une farouche volonté de communiquer de la part des directions générales : contrairement aux technologies intranet-internet, la demande ne vient en effet pas des directions opérationnelles. Les dirigeants des grandes entreprises ont visé l'efficacité et la productivité : communiquer par messagerie permet cela.

Aujourd'hui, la majorité des postes de travail sont équipés d'une messagerie et la tendance générale est d'équiper tout employé de l'entreprise avec une boîte aux lettres afin que chacun soit accessible personnellement, électroniquement.

La mise en œuvre des messageries et leur extension à l'ensemble du personnel n'a pas changé pour autant les métiers de l'entreprise. Il a nécessairement fallu adapter l'architecture technique, mais les applications métiers et les organisations de travail n'ont pas subi les bouleversements que les Cassandres prédisaient. Certes, il y a des aspects négatifs, mais ils sont généralement diminués par une bonne information auprès des utilisateurs sur les usages et les responsabilités qu'ils endossent en acceptant d'utiliser cet outil : les chartes de bon usage et nétiquettes font souvent l'objet d'un travail rédactionnel poussé et sont d'une excellente lisibilité.

Dans l'entreprise, peu ou pas de services ont disparu, cela concerne surtout des activités de courrier interne, et ils ont plus été réorganisés que supprimés, notamment les secrétariats.

La messagerie est utilisée majoritairement couplée à des applications de partage et de circulation d'information : gestion des ressources, procédures administratives, sécurité et tableaux de bord, suivis commerciaux, support, référentiels et documentation. Dans toutes ces applications, l'échange de messages a permis d'enrichir les façons de travailler comme par exemple sur les projets, leur organisation et la constitution des équipes : il y a plus de collaboration, plus d'information, plus de liberté et d'interactivité. Mais attention, il faut là aussi apprendre à l'utilisateur comment s'organiser et se discipliner pour gérer ce flux d'information (presque continu).

La majorité des entreprises admettent que les relations entre employés, et notamment les relations hiérarchiques, ont été transformées, mais c'est la conséquence d'un choix général. Tout le monde peut communiquer avec tout le monde, personne n'est inaccessible : la responsabilisation de l'utilisateur est alors plus que nécessaire.

La messagerie est donc aujourd'hui devenu un outil critique, et l'utilisateur n'accepte plus les interruptions prolongées qui peuvent désorganiser temporairement tout ou partie de l'entreprise. Elle a remplacé par endroit complètement le courrier interne et partiellement la télécopie ; le téléphone n'est plus utilisé de la même façon : on prend son temps pour répondre à un message, mais trop de messages échangés sont considérés comme une perte de temps : l'utilisateur conclut alors par téléphone.

Cette criticité en fait un outil protégé et sûr sur lequel d'autres médias s'appuient et en tirent profit comme les annuaires, les agendas personnels ou de groupe, depuis peu les assistants personnels, et bientôt les mobiles et les services vocaux.

La très forte pénétration, la responsabilité des employés, la masse des informations transmises et le nombre de boîtes aux lettres ne doivent néanmoins pas faire oublier aux entreprises leurs responsabilités et devoirs. Une entreprise ne peut regarder indûment ni même contrôler le contenu d'un message électronique envoyé par l'un de ses employés. Elle peut contrôler la forme mais pas le fond du message. Discipline, formation et responsabilisation des utilisateurs sont alors plus que nécessaires.

2. INTRODUCTION

Sorti des laboratoires il y a vingt ans, qui aurait pu prévoir qu'un certain message « OK » transmis entre deux universités américaines *via* le réseau téléphonique aurait comme successeur un outil puissant qui s'est imposé naturellement dans toutes les entreprises et qui maintenant est en passe de réussir la conquête du grand public ?

La messagerie a effectivement commencé comme simple outil de transmission de messages courts pour évoluer en douceur, quasiment silencieusement, en suivant régulièrement les évolutions technologiques et culturelles :

- Les premiers protocoles évolués ont été propriétaires puis normés (X400¹) :
 - aujourd'hui, la simplicité semble de mise avec le standard SMTP².
- Au début elle transporte uniquement de l'Ascii³, puis accepte l'Ascii étendu pour ensuite intégrer les pièces jointes :
 - aujourd'hui, tout objet informatique peut être transmis.
- Son accès initialement dépouillé (terminal), a évolué vers une interface complexe (interface propriétaire) :
 - aujourd'hui, la simplicité semble de mise avec les interfaces web.
- Au début seule, elle se trouve maintenant entourée de nouveaux médias (agendas, forums, internet) :
 - aujourd'hui, la plupart des nouveaux médias s'intègrent dans ou intègrent la messagerie.
- Enfin, elle est systématiquement mise en avant dès qu'une nouvelle technologie apparaît : téléphone mobile, assistants personnels Wap⁴, cryptage :
 - aujourd'hui, la messagerie sert très souvent de service de base pour les nouvelles technologies.

Parmi les membres du Cigref, il n'est plus d'entreprise qui puisse se passer de cet outil : devenu indispensable, il fournit une aide essentielle à l'entreprise pour mieux fonctionner. Néanmoins,

¹ Norme d'échange de messages (courrier électronique) entre systèmes hétérogènes définie par le Comité consultatif international télégraphique et téléphonique (CCITT).

² *Simple Mail Transfer Protocol*. Protocole de la famille TCP-IP utilisé pour le transfert de courrier électronique.

³ *American Standard Code for Information Interchange*. Table de codage des caractères informatiques.

⁴ *Wireless Application Protocol*. Standard d'accès à des services internet sur les téléphones portables.

force est de constater que si l'on connaît bien les possibilités des systèmes de messagerie, il n'en est pas de même concernant les usages opérationnels.

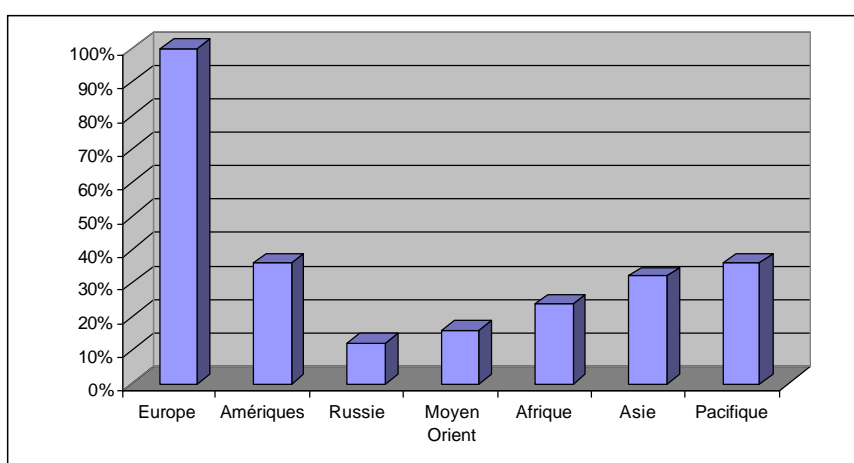
Basé sur les témoignages des responsables messagerie des membres du Cigref, ce document se propose d'apporter un éclairage sur la réalité vécue chez les grands utilisateurs dans l'utilisation de la messagerie : quel est son taux de pénétration, quel est son usage réel et quelles sont les difficultés rencontrées ?

La messagerie fait partie de ces instruments d'efficacité dont la vocation majeure est de permettre à l'entreprise de fonctionner mieux : quel impact a eu la messagerie sur les organisation, sur les modes de fonctionnement et de travail des entreprises ?

3. ÉTAT DES LIEUX

Il n'est plus aujourd'hui de grande entreprise qui n'utilise pas un système de messagerie : en effet la totalité des membres du Cigref interrogés admettent utiliser ce média pour communiquer, en interne, en externe, avec des partenaires ou des clients. On peut vraiment dire que le fait de ne pas avoir de messagerie pour communiquer est maintenant considéré comme anachronique.

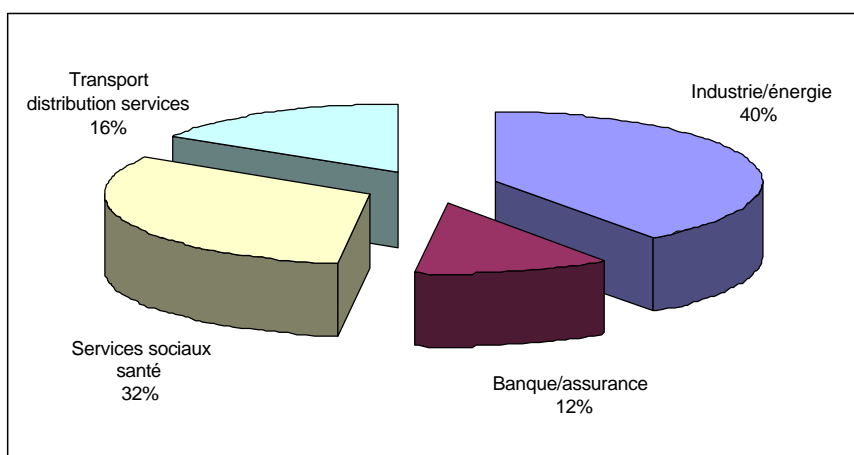
Ce rapport se base sur l'analyse des réponses d'un échantillon représentatif comportant 25 entreprises du Cigref.



Source : Cigref

Figure 1 : Répartition géographique des entreprises.

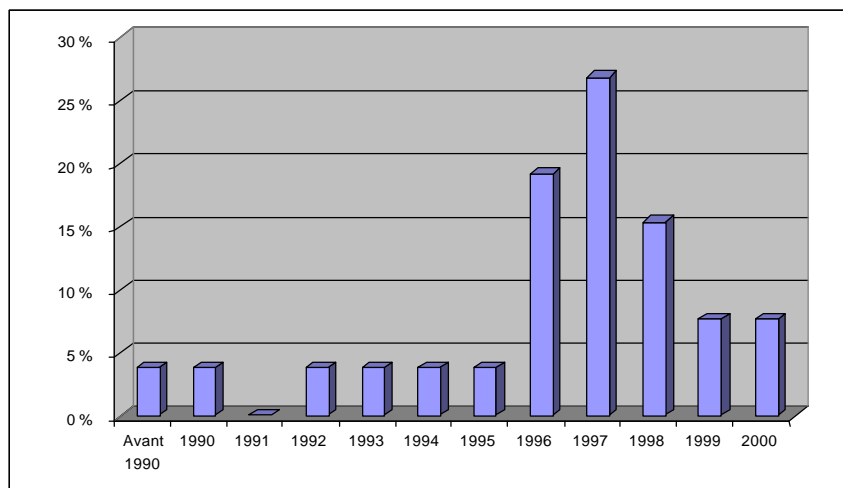
La couverture géographique des réponses est principalement à coloration européenne et la répartition par domaines d'activité est la suivante :



Source : Cigref

Figure 2 : Secteurs d'activité concernés par les entreprises ayant répondu.

Avec 80 % des grandes entreprises ayant un système de messagerie installé depuis moins de 5 ans, la messagerie est en règle générale un outil moderne en phase avec les technologies actuelles.



Source : Cigref

Figure 3 : Ancienneté des systèmes actuels⁵ : pourcentage annuel d'entreprises ayant changé leur système de messagerie.

Non pas que la conversion à la culture de communication soit récente : 75 % des entreprises interrogées possédaient déjà une messagerie avant de décider de mettre en place l'actuel système, mais ce dernier qui était, soit sur gros systèmes (*mainframe*), soit sur serveur bureautique, souffrait d'insuffisances flagrantes comme :

- le mode caractère (surtout pour les *mainframes*) ;
- l'impossibilité de transmettre des pièces jointes ;
- des interfaces utilisateurs limitées et un manque de convivialité ;
- un manque d'ouverture hors du système d'information.

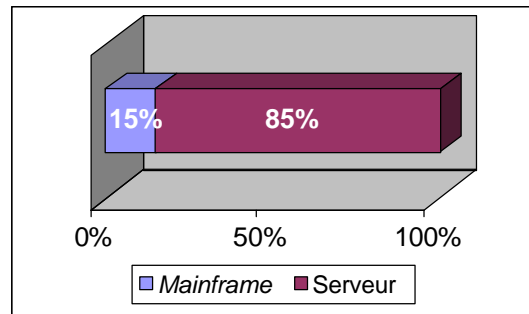
Du reste, les deux principaux reproches étaient le coût de fonctionnement et surtout le caractère propriétaire.

L'arrivée des nouvelles technologies durant les cinq dernières années a bouleversé la donne : la bureautique a rendu l'utilisateur plus exigeant en termes de qualité et de confort d'utilisation. Les technologies multimédias ont modifié les besoins de transmission, l'accès à internet a obligé les entreprises à communiquer d'abord

⁵ Dans le schéma ci-dessus sont aussi prises en compte les entreprises qui sont en cours de changement de système de messagerie : ces entreprises représentent 20 % des réponses. À noter que le déploiement du système de messagerie peut prendre plusieurs années.

entre sites au sein de l'entreprise, puis en dehors de cette dernière (avec les filiales, les partenaires et les clients).

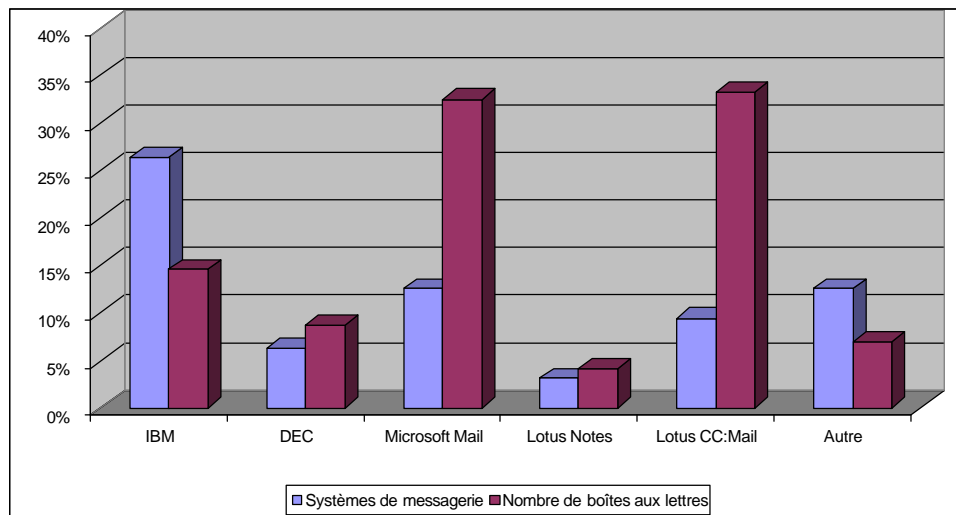
3.1 Choix techniques et impacts sur l'architecture



Source : Cigref

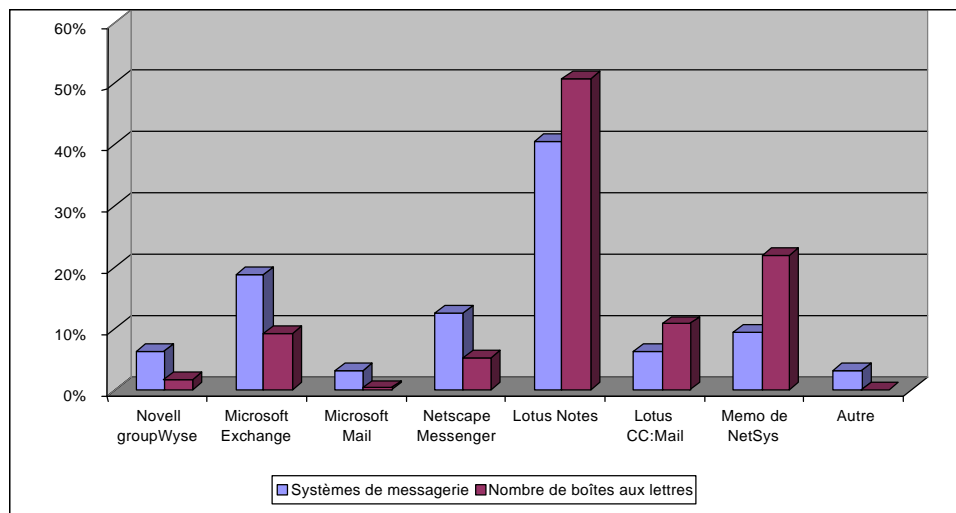
Figure 4 : Aujourd'hui quel est le type de messagerie utilisée ?

Aujourd'hui, les messageries propriétaires centralisées sur des *mainframes* ont quasiment disparu. Seules sont encore présentes les solutions qui ont offert rapidement des interfaces et passerelles vers les mondes bureautique et internet comme la messagerie Memo de Netsys qui tire son épingle du jeu. Néanmoins, ce ne sont que des solutions d'attente car elles sont vouées à disparaître à terme.



Source : Cigref

Figure 5 : Quels sont les systèmes de messagerie remplacés ?



Source : Cigref

Figure 6 : Quels sont les systèmes de messagerie actuels ?

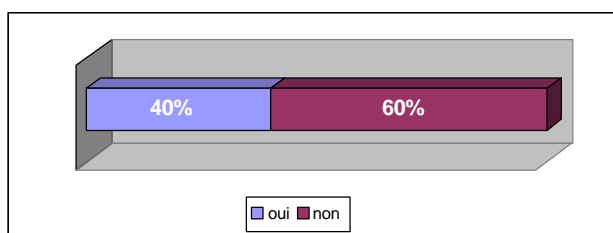
Initialement, les messageries bureautiques ne proposaient que des solutions statiques s'apparentant plus à du partage de fichiers avec des protocoles propriétaires. De plus, ces solutions étaient difficiles à administrer (Microsoft Mail et Lotus CC:Mail par exemple). Leurs avantages étaient d'être bien intégrées dans l'environnement bureautique et d'être peu coûteuses.

Conscients des défauts de ces modèles statiques, les éditeurs ont alors intégré dans leurs produits l'accélération technologique :

- tout d'abord en transformant leur produit en véritable serveur logiciel, administrable et s'intégrant complètement dans l'architecture réseau et système ;
- en offrant de nouvelles fonctionnalités bureautiques (agenda), d'annuaire (LDAP⁶) et surtout de partage et de circulation d'informations (*groupware* et *workflow*) ;
- enfin en s'ouvrant vers l'internet (adressage *e-mail*, protocole SMTP, accès aux forums de discussion ou *newsgroups*).

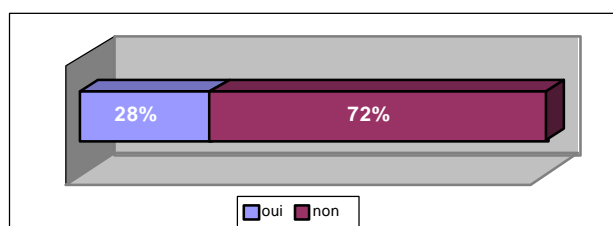
Cette évolution technologique, bien que considérable, s'est faite néanmoins de manière satisfaisante et transparente : une majorité d'entreprises estiment que la mise en œuvre et le fonctionnement du système de messagerie n'ont eu que peu ou pas d'impact sur leur système d'information.

⁶ *Lightweight Directory Access Protocol*. Protocole de gestion d'annuaires de réseau.



Source : Cigref

Figure 7 : La mise en œuvre de la messagerie a-t-elle eu un impact sur le système d'information ?



Source : Cigref

Figure 8 : L'utilisation de la messagerie a-t-elle eu un impact sur le système d'information ?

L'évolution du système de messagerie a souvent été intégrée à la mise en œuvre d'un intranet et les effets dus à son installation s'y sont mêlés. Ils concernent les liaisons (adoption de TCP/IP⁷, routage, routeurs supplémentaires, taille des liaisons à revoir), la sécurité (mise en œuvre de dispositifs de haute disponibilité, redondance des équipements), l'administration (intégration des serveurs logiciels, outils d'administration globale).

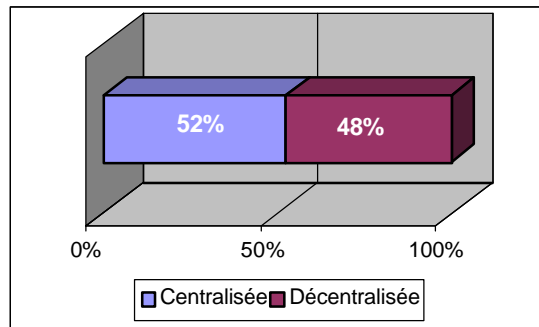
Une fois l'installation effectuée, l'utilisation de la messagerie n'a d'impact que sur le dimensionnement du réseau, mais les entreprises reconnaissent que souvent ce flux de messages est mêlé aux autres flux d'échange comme FTP⁸, HTTP⁹... Le dimensionnement des liaisons se fait donc en fonction d'un flux global de communication.

La gestion de la messagerie dépend de l'architecture mise en place et aujourd'hui, les grandes entreprises sont partagées entre les architectures centralisées et décentralisées.

⁷ *Transmission Control Protocol / Internet Protocol*. Les deux protocoles de communication qui forment les fondements de l'internet.

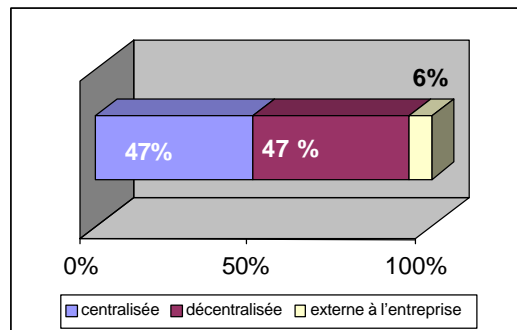
⁸ *File Transfer Protocol*. Protocole de transfert de fichiers.

⁹ *Hypertext Transfer Protocol*. Protocole de transmission dédié aux clients et aux serveurs du web.



Source : Cigref

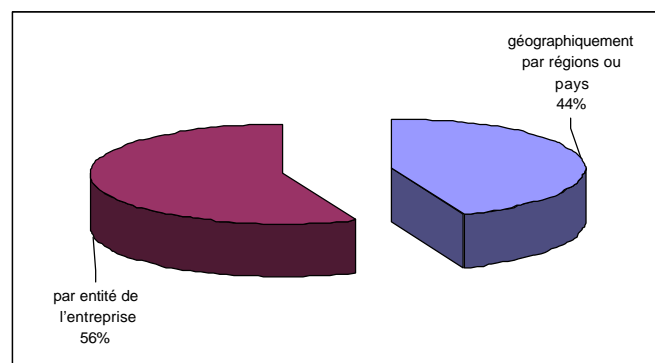
Figure 9 : Quels sont les architectures installées ?



Source : Cigref

Figure 10 : Quels sont les modes d'administration de la messagerie ?

Dans le cas des architectures décentralisées, l'organisation mise en place tient moins compte de l'organisation géographique que de l'organisation des entités concernées.



Source : Cigref

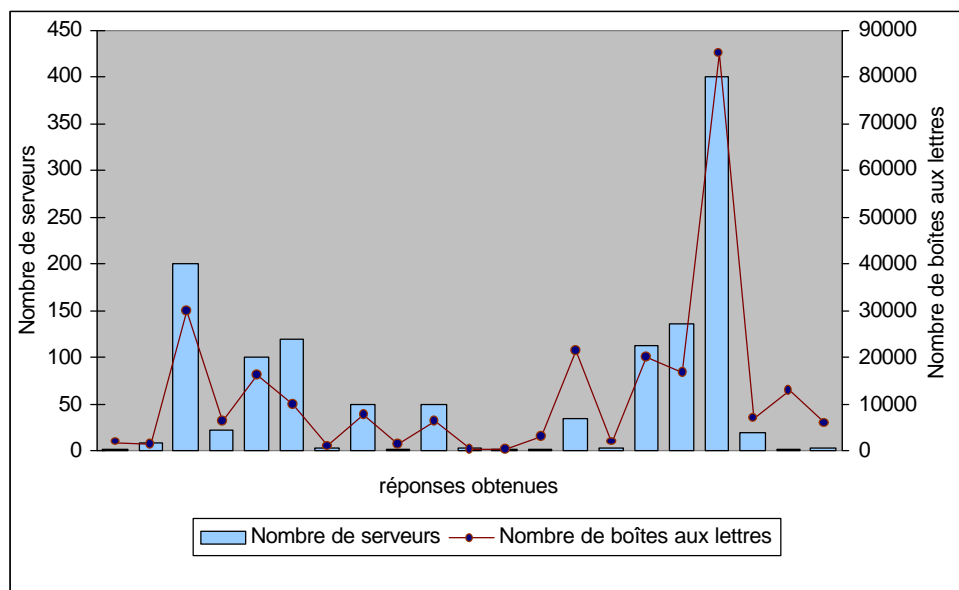
Figure 11 : Quel type de décentralisation ?

Néanmoins, si ces dernières années était apparue une nette tendance à la décentralisation des serveurs de messagerie sur les différents sites des entreprises, accompagnée d'une administration locale, ce modèle est actuellement remis en cause. En effet

certaines entreprises sont en train de mener une réflexion pour passer d'une administration décentralisée à une administration centralisée.

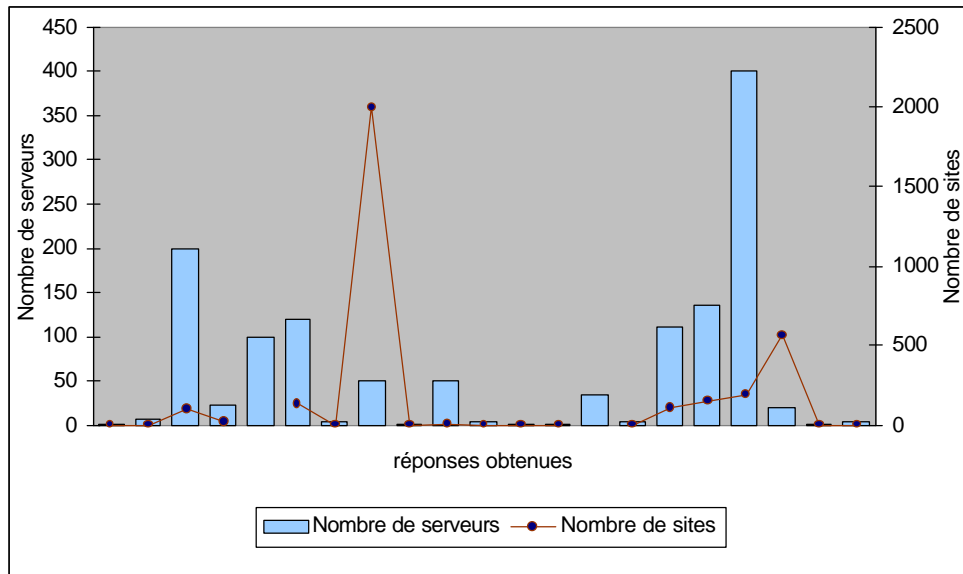
Dans une logique de coûts, la centralisation de l'administration apparaît comme la principale source de gain. Les coûts réseaux liés à la concentration de serveurs sur un seul site d'exploitation sont néanmoins importants et ces réflexions portent dans un premier temps sur la possibilité d'administrer de manière centralisée et à distance des serveurs délocalisés sur les sites de production, et si cela n'est pas suffisant, sur l'éventuel regroupement des serveurs sur un nombre de sites restreints voire sur un seul.

Dans tous les cas, le nombre de serveurs est indépendant du nombre de sites mais fonction du nombre de boîtes aux lettres hébergées. En général, on trouve entre 200 et 250 boîtes aux lettres par serveur (on ne compte pas les *mainframes* qui dépassent souvent le millier). Et il faut compter en moyenne environ un administrateur pour deux serveurs soit 500 boîtes aux lettres.



Source : Cigref

Figure 12 : Comparaison nombre de serveurs - nombre de boîtes aux lettres.

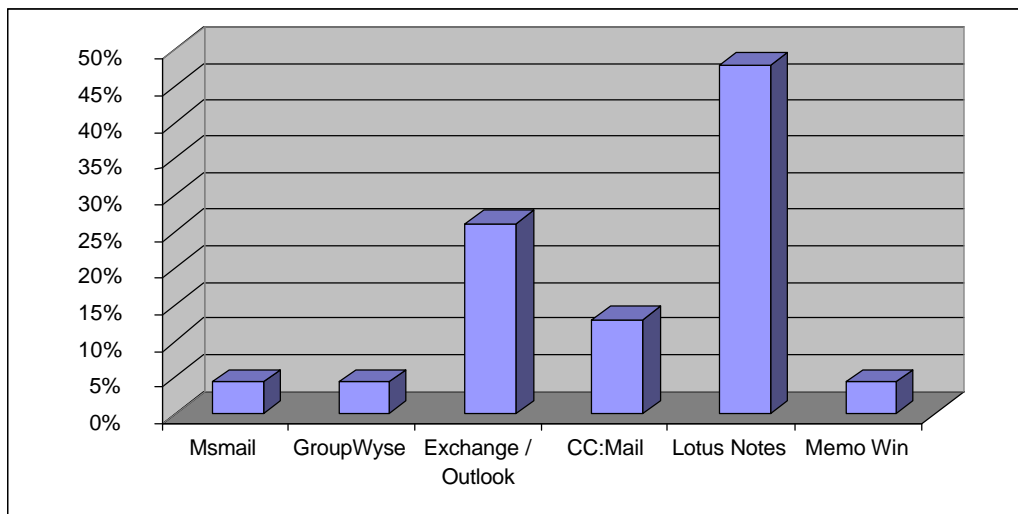


Source : Cigref

Figure 13 : Comparaison nombre de serveurs - nombre de sites.

Un autre moyen de réduire les coûts consiste à s'attaquer au type de client à déployer. Dans ce cas, on trouve trois candidats :

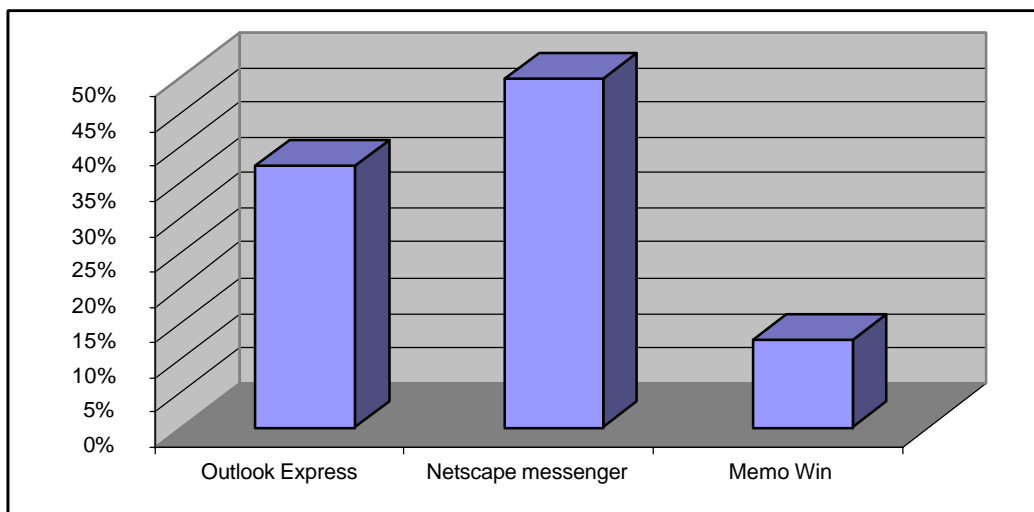
- *Le leader* est le client natif de l'éditeur. C'est par exemple Lotus Notes, Microsoft Exchange, Outlook ou Groupwise. Bien que performant, il requiert une installation et une administration particulières sur le poste de travail de l'utilisateur. La course aux fonctionnalités le rend complexe à appréhender et la mobilité de l'utilisateur est souvent réduite. Néanmoins, c'est le plus installé, principalement parce qu'il tire profit de par ses fonctionnalités, du maximum des possibilités de l'outil (dossiers partagés, bases de données, personnalisation) ;



Source : Cigref

Figure 14 : Quels sont les clients natifs cités ?

- *L'opportuniste* est le client internet qui a émergé avec l'ouverture internet. C'est par exemple Netscape Messenger ou Outlook Express. Il a toujours été SMTP/Pop3¹⁰, a évolué vers Imap4¹¹, offre une grande souplesse d'utilisation, une installation réduite et standard mais peu de fonctionnalités hors de la messagerie (sauf pour les forums NNTP¹²) ;



Source : Cigref

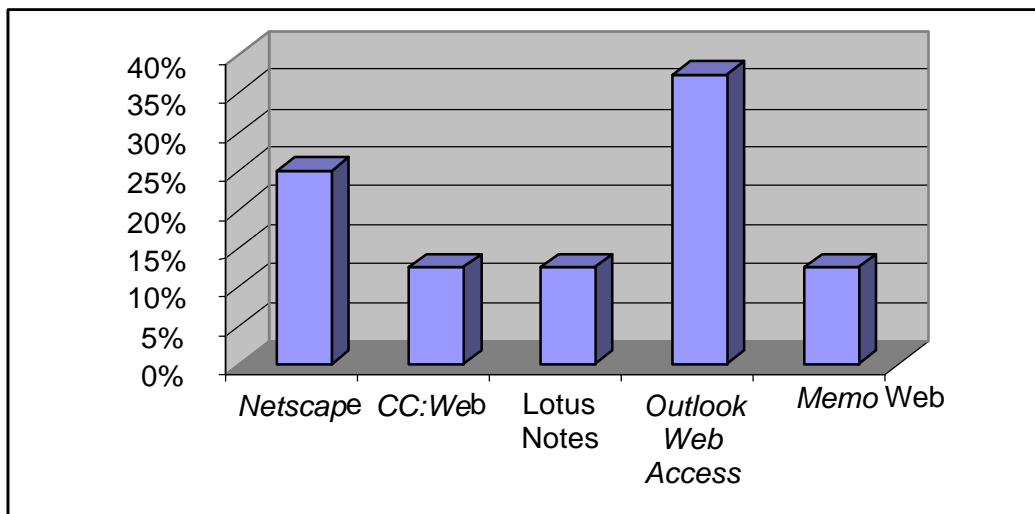
Figure 15 : Quels sont les clients SMTP/Pop3 cités ?

¹⁰ *Post Office Protocol*. Protocole de transfert de courrier électronique, prévu pour synchroniser les messages. Il en est à sa version 3.

¹¹ *Interactive Message Access Protocol*. Protocole de gestion de messagerie, destiné à remplacer Imap. Il sait stocker le courrier sur le serveur et pas sur le client. Il en est à sa version 4.

¹² *Network News Transfer Protocol*. Protocole de transfert des *news* de Usenet (*Users Network*).

- *L'outsider* est le client web qui est apparu tardivement et bénéficie principalement des nouvelles possibilités offertes par les architectures *n*-couches : pas d'installation, pas d'administration, possibilité de personnaliser les écrans, des coûts réseau diminuant (on ne transporte que du HTML¹³), son seul défaut est l'accès aux pièces jointes qui peut-être long. Ce type de client est de plus en plus préféré au client SMTP principalement pour des raisons de coût d'exploitation très faibles.



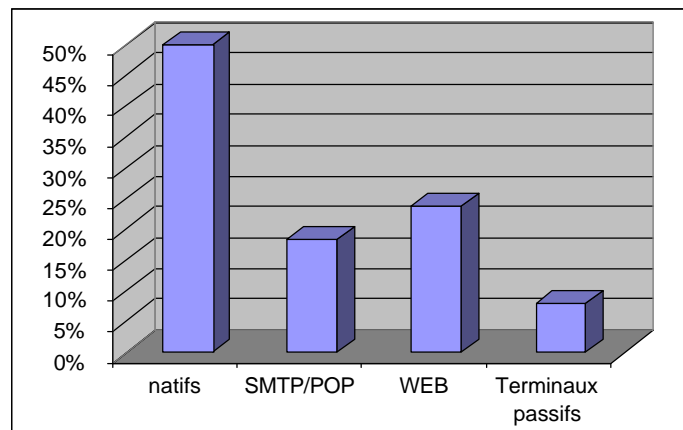
Source : Cigref

Figure 16 : Clients web cités¹⁴.

Les terminaux passifs sont eux hors course, ils tendent à disparaître. Certaines messageries de type *mainframe* proposent des clients propriétaires sous Windows, mais ce choix n'est qu'une étape intermédiaire vers un système plus récent.

¹³ *Hypertext Markup Language*. Format de document sur le web.

¹⁴ En fait, il s'agit du système serveur accessible en mode web : dans ce cas, le client est le navigateur courant de l'utilisateur.



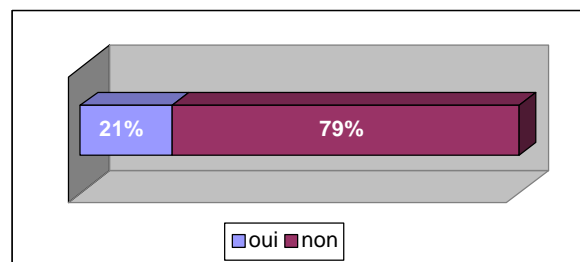
Source : Cigref

Figure 17 : Quelle est la répartition des types de clients de messagerie ?

Il est à noter que l'on trouve souvent deux types de clients utilisés en fonction de l'accès demandé : le client natif sur le poste de travail et le client internet ou web pour les accès distants. Néanmoins, certaines entreprises mènent une réflexion sur l'opportunité et les gains effectués (mise en œuvre, administration, formation, *help desk*...) si un seul client de type web était mis en œuvre quel que soit l'accès.

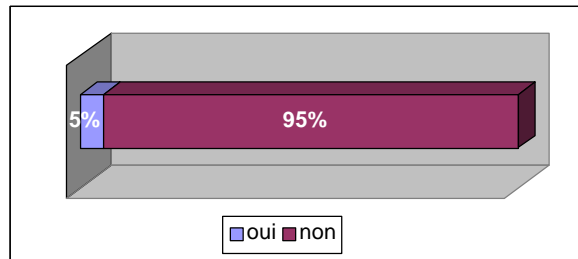
3.2 Et l'architecture fonctionnelle ?

Contrairement à l'architecture technique, l'architecture fonctionnelle a été très peu modifiée. La raison principale est, comme nous le verrons plus loin, que ce ne sont pas les besoins fonctionnels métiers qui ont été à l'initiative de la mise en œuvre de la messagerie.



Source : Cigref

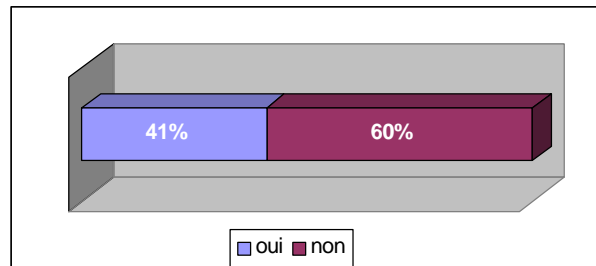
Figure 18 : L'architecture fonctionnelle a-t-elle été modifiée par la mise en œuvre de la messagerie ?



Source : Cigref

Figure 19 : L'architecture fonctionnelle a-t-elle été modifiée par l'utilisation de la messagerie ?

Les rares impacts concernent la connexion entre applications, le transfert des messages depuis les applications vers les boîtes aux lettres des utilisateurs (surtout des alertes).



Source : Cigref

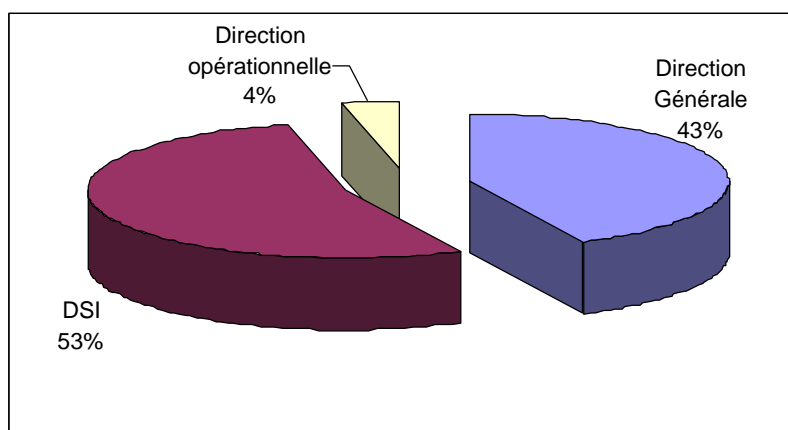
Figure 20 : Des applications informatiques ont-elles été modifiées par la messagerie ?

Au final, il y a peu d'applications métiers qui ont été profondément modifiées par l'introduction de la technologie messagerie. On trouve surtout des applications de partage (*groupware*) et de circulation d'information (*workflow*), mais les canaux de communication existants ont souvent été conservés et un simple lien avec la messagerie a été créé.

4. PÉNÉTRATION EN ENTREPRISE

4.1 Une volonté de com-mu-ni-quer !

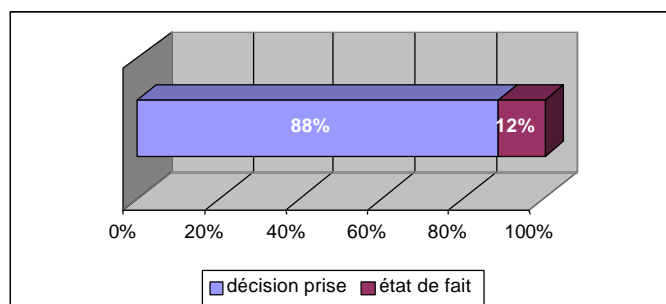
Contrairement aux technologies web multicouches internet et intranet, ce ne sont pas les directions opérationnelles par le biais des applications et outils métiers qui sont à l'initiative de la mise en œuvre de la messagerie dans les entreprises : ce sont les directions générales et DSI.



Source : Cigref

Figure 21 : Qui est à l'initiative du projet messagerie ?

La décision de mettre en place une messagerie est un message fort de la direction générale, relayé souvent par une campagne de communication interne. Cette opération servant à convaincre les réticents de s'y mettre.



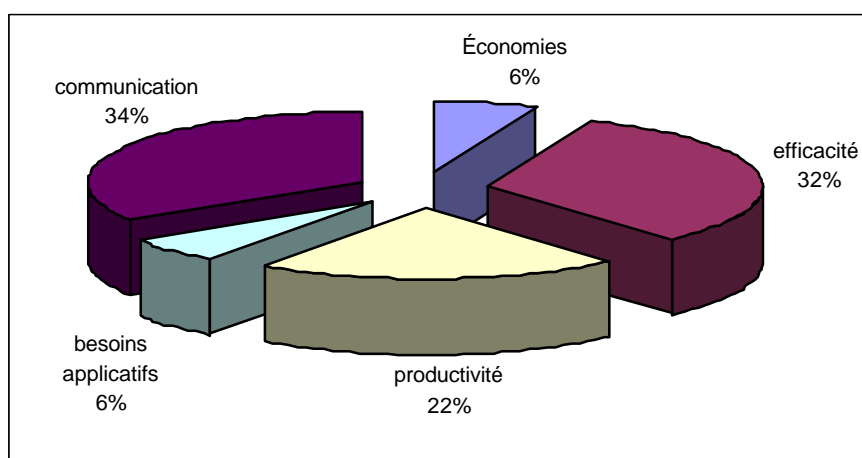
Source : Cigref

Figure 22 : Quel est l'élément déclencheur ?

Dans certaines entreprises, la décision s'est accompagnée au plus haut niveau d'une politique appuyée de passage aux « e-mail » : suite à la décision, la première réunion de direction suivant la décision était organisée par envoi de messages électroniques et

papier, la seconde uniquement par messages électroniques avec excuse pour les absents, la troisième sans excuse.

Les motivations de mise en œuvre de cet outil sont majoritairement des réponses à des besoins de communication, de productivité et d'efficacité. Étonnamment, les arguments économiques n'ont pas été les plus cités. La messagerie est bien vue comme un moyen de faire fonctionner mieux l'entreprise et non comme un moyen de faire baisser rapidement les coûts (quoi que, si l'entreprise fonctionne mieux, on peut supposer qu'ils baisseront tôt ou tard).



Source : Cigref

Figure 23 : Quels ont été les objectifs visés ?

Ces objectifs ont été d'autant plus facilement atteints qu'un certain nombre d'éléments facilitateurs étaient présents :

- une volonté et une implication forte des *directions générales* qui avaient, pour certaines, des besoins urgents de communication à satisfaire ;
- l'internationalisation des entreprises, nécessitant la mise en œuvre d'un réseau mondial, une ouverture sur internet et un besoin de fonctionnement opérationnel très réactif ;
- un besoin de normalisation et de standardisation des éléments du système d'information permettant d'imposer un outil standard pour l'ensemble des sociétés ou filiales des grands groupes ;
- une culture messagerie existante dans la majorité des cas et une facilité d'utilisation des outils avec leurs fonctionnalités avancées.

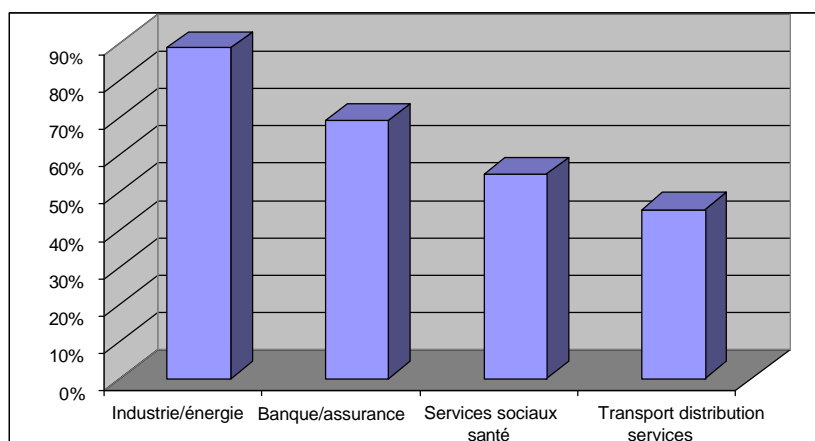
Paradoxalement, le frein principal n'a pas été la difficulté de mettre en place une messagerie mais celle de changer la messagerie courante d'une entreprise : le changement vers un

outil aux fonctionnalités étendues et apparemment complexes inquiétait les utilisateurs et il fut d'autant plus difficile de les convaincre que l'ancienne messagerie était rustique, c'est-à-dire en mode terminal et donc extrêmement simple à utiliser... Dans ces cas particuliers, l'obligation d'obtempérer suite à la prise de décision de la direction générale fut très efficace.

4.2 Qui est équipé ?

Équipant toutes les grandes entreprises, la messagerie est devenue aujourd'hui un des éléments importants des systèmes d'information puisqu'elle entre pour 92 % des réponses dans le cadre de la stratégie des entreprises.

Du reste, 93 % des postes de travail sont équipés d'une boîte aux lettres, même si tous les secteurs d'activité ne sont pas équipés de la même façon :

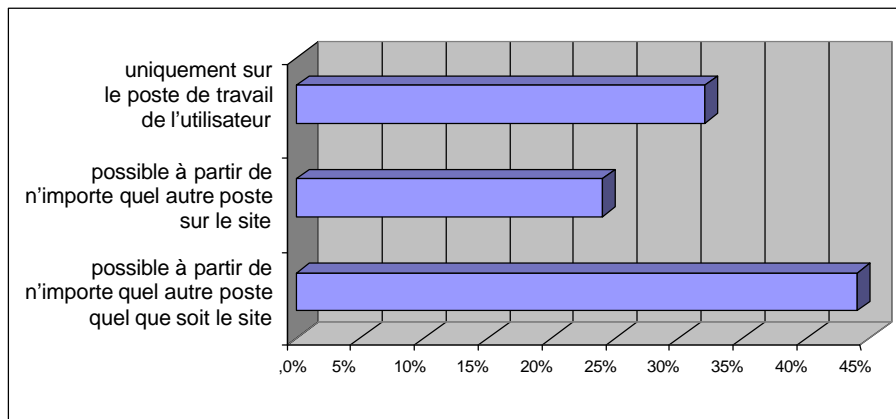


Source : Cigref

Figure 24 : Quel est le taux d'équipement des postes de travail en boîtes aux lettres par secteur d'activité ?

La volonté des directions générales est néanmoins d'équiper tout le monde avec une adresse de messagerie. À chaque boîte aux lettres correspond donc une adresse banalisée unique qui est facilement reconnaissable (@snCF.fr, @edfgdf.fr, @renault.fr...).

La mobilité au sein de l'entreprise est facilitée : les entreprises rendent les boîtes aux lettres accessibles à partir de n'importe quel poste de travail dans une entité ou entre entités dans 70 % des cas. L'apparition des clients légers (web et SMTP) est un des facteurs favorisant cette mobilité.



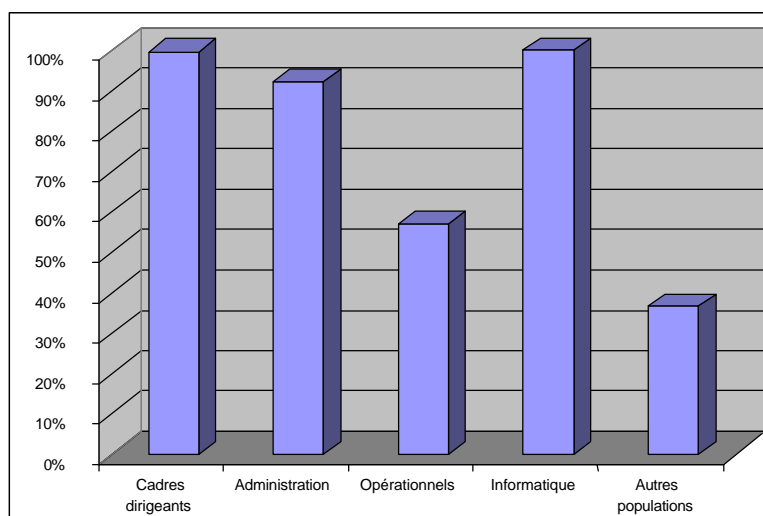
Source : Cigref

Figure 25 : Quel type d'accès à la messagerie est offert à l'utilisateur ?

La même tendance est observée en ce qui concerne l'accès au système de messagerie à partir de l'extérieur : 72 % des entreprises sont équipées pour rendre accessibles les boîtes aux lettres en dehors de l'entreprise (par exemple en mission ou chez soi).

Mais attention, ce n'est qu'une possibilité technique, elle n'est pas systématique. En effet, le taux d'équipement de matériels portables pouvant accéder à une boîte aux lettres n'est que de 10 %, les autres types d'accès ne sont autorisés que sur demande.

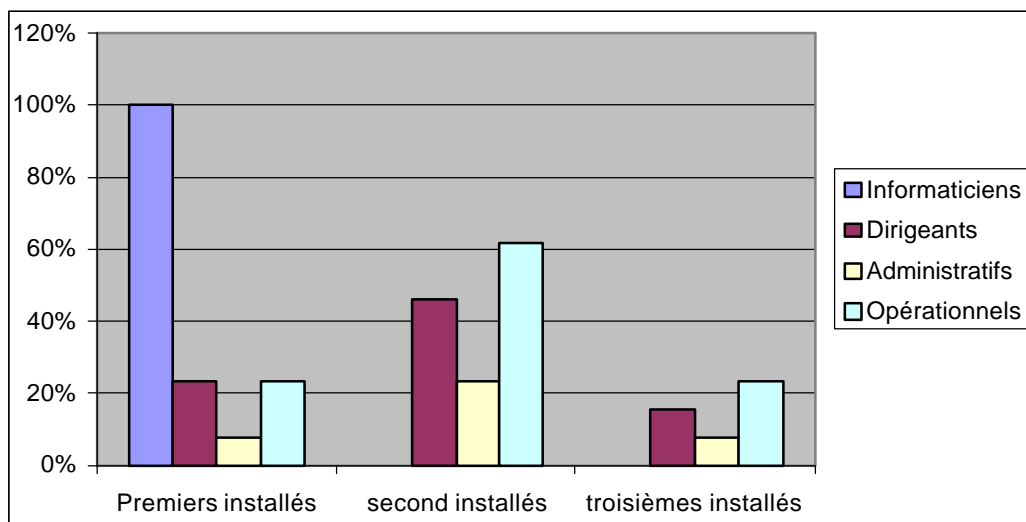
Les populations les mieux équipées sont naturellement celles qui ont été à la base de la mise en œuvre de la messagerie. Ne serait-ce que parce que « l'exemple doit venir d'en haut ».



Source : Cigref

Figure 26 : Quel est le taux d'équipement par population ?

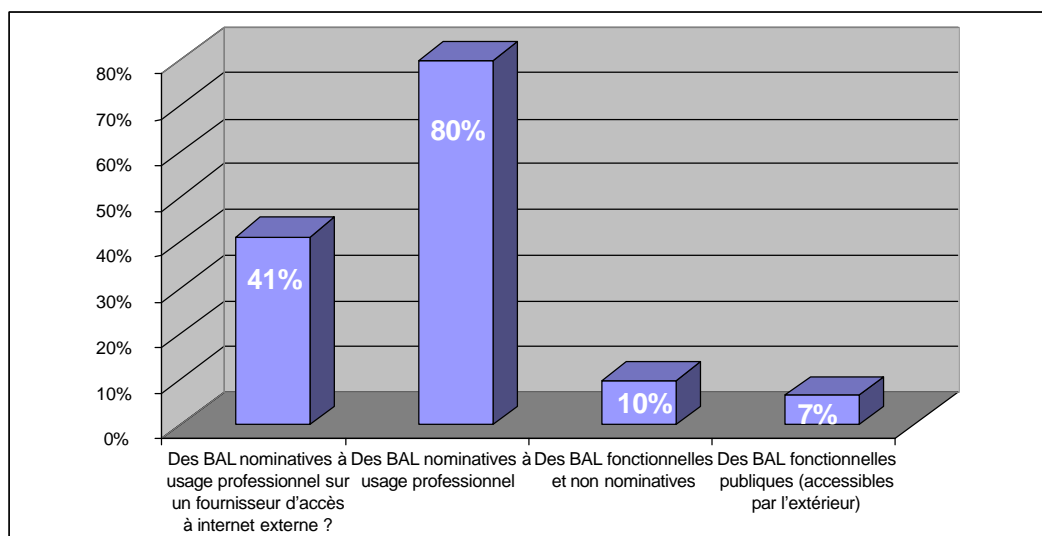
Néanmoins, en dépit de leur volonté, les directions générales ne furent pas les premiers utilisateurs : si, de par leurs rapports avec les outils informatiques, les informaticiens ont été les premiers équipés et généralement ont servi de population « expérimentatrice » des différentes versions et produits de messagerie, le pragmatisme est de rigueur puisque les entreprises ont rapidement équipé les personnels opérationnels et administratifs qui en avaient besoin : le métier passe avant tout.



Source : Cigref

Figure 27 : Dans quel ordre les populations ont-elles été équipées ?

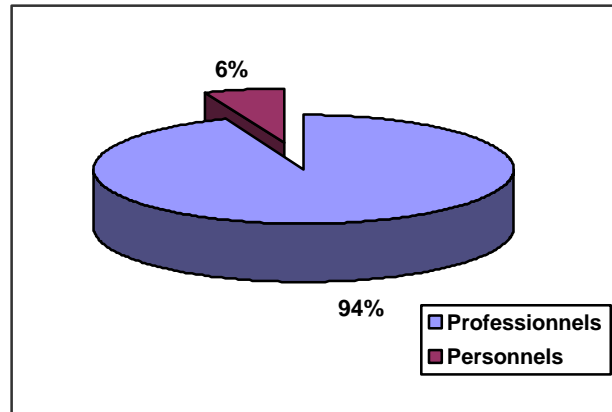
Les boîtes aux lettres installées sont pour la majorité nominatives à usage professionnel, mais parmi elles un tiers des entreprises les considèrent comme des boîtes aux lettres personnelles.



Source : Cigref

Figure 28 : Quels sont les types de boîtes aux lettres proposés à l'utilisateur ?

L'usage personnel d'une boîte aux lettres est globalement admis. Si aucun moyen ne permet de le quantifier, les entreprises « subjectivement » estiment le pourcentage de messages personnels comme étant très faible.



Source : Cigref

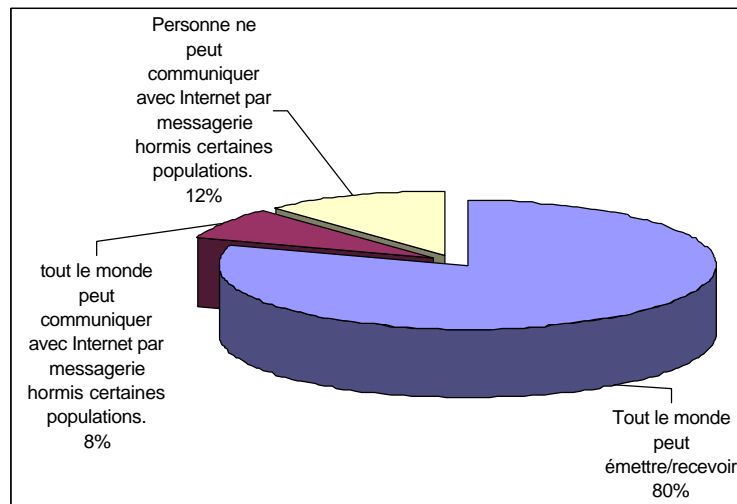
Figure 29 : Quel est la proportion de messages professionnels/personnels ?

L'identification de l'interlocuteur est importante, ce qui fait que l'on trouve très peu de boîtes fonctionnelles non nominatives en interne ou en externe. De plus, en termes d'administration, les changements d'affectation fréquents ne facilitent pas leur mise à jour.

Cette attitude générale au sein des entreprises fait que l'outil de messagerie est devenu banal et d'usage courant dans 92 % des cas.

4.3 Ouverture ou fermeture ?

Nous avons vu précédemment que la volonté des entreprises est que la majorité des employés puissent communiquer. Et donc possèdent une adresse... internet ? En règle générale c'est le cas. La politique des entreprises est de fournir l'accès à internet. Sachant qu'elles maîtrisent les règles d'attribution des boîtes aux lettres, les entreprises fournissent donc systématiquement dans le « package messagerie » une adresse internet.

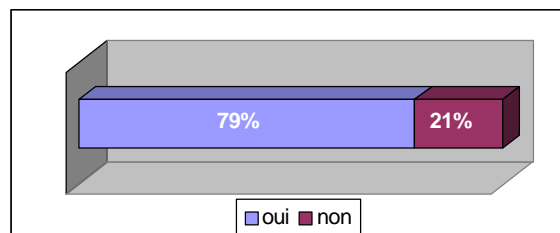


Source : Cigref

Figure 30 : Quelle politique d'ouverture vers internet ?

Les raisons sont multiples :

- l'accès à internet par le web est de plus en plus fourni à tous ;
- les utilisateurs peuvent avoir une messagerie sur un fournisseur internet gratuit et la consulter par le web (l'entreprise ne maîtrise plus rien) ;
- c'est une question d'image ;
- certaines catégories de personnels (par exemple le milieu médical et la recherche) ont toujours leurs anciennes adresses, par exemple universitaires, en activité.



Source : Cigref

Figure 31 : Les utilisateurs possèdent-ils une adresse accessible de l'extérieur de l'entreprise ?

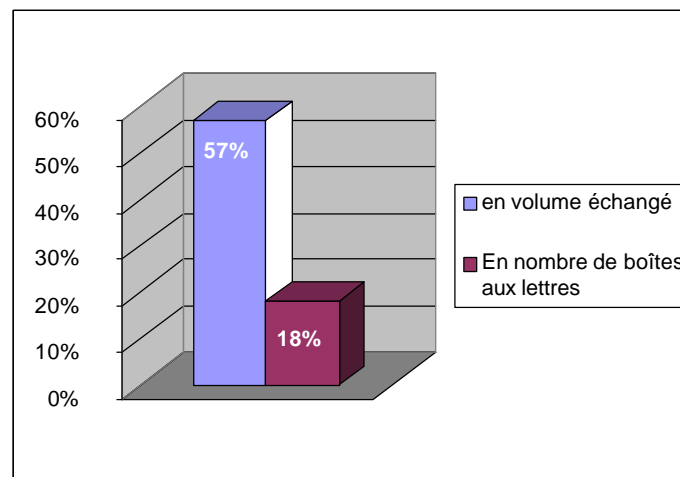
4.4 Coûts et moyens d'évaluation

Pour 71 % des entreprises, le coût de la messagerie n'est pas quantifiable en tant que tel. Plus exactement, c'est le budget messagerie qui n'est pas identifié en tant que tel.

Les raisons invoquées vont dans le sens de la banalisation de la messagerie :

- le budget est décentralisé et de toute façon rarement identifié de manière spécifique dans les budgets locaux (c'est un outil bureautique comme un autre) ;
- elle fait maintenant partie de l'infrastructure ;
- les coûts de communication sont globalisés avec les coûts de réseau, de support.

Les entreprises sont plus intéressées par le bon fonctionnement et le bon usage de l'outil que par son coût. À ce sujet, plus de 50 % d'entre elles admettent qu'elles n'ont pas les outils adéquats pour observer finement l'activité de la messagerie. Cet aveu est étonnant lorsque l'on sait que le rythme annuel moyen de progression de la messagerie est de 57 % en volume échangé.



Source : Cigref

Figure 32 : Quel est le rythme de progression annuelle ?

Les raisons invoquées pour expliquer cette difficulté d'observation de l'activité de la messagerie sont les suivantes :

- il n'existe pas d'outils sur la plate-forme souhaitée ;
- quand les outils existent, ils sont chers et peu adaptés ;
- la consolidation est difficile à faire dans une architecture décentralisée ;
- la consolidation est difficile à faire dans une architecture qui évolue tout le temps.

À la question de savoir quels sont les indicateurs qui permettraient aux entreprises de faire une bonne observation ou évaluation, on trouve par ordre décroissant les éléments suivants :

- le nombre de messages par jour échangés au sein de l'entité et qui vont et viennent d'internet ;
- la taille des boîtes aux lettres / des messages en moyenne ;
- le nombre de messages échangés personnels / professionnels par mois, par boîte aux lettres ;
- le nombre de pièces jointes par mois et par utilisateur ;
- le nombre de messages échangés par populations / entités identifiées.

Ont aussi été cités la liste des boîtes aux lettres inactives, la distribution des messages dans le temps, le nombre de messages issus d'applications, le nombre de messages « retraités » (réponse, transfert...) Le nombre de messages imprimés, la liste des *top users*, les destinataires internet privilégiés, le temps d'acheminement des messages, les types de fichiers joints et des notions d'activité d'utilisateur comme le nombre de personnes connectées depuis *n* jours ou le nombre de personnes ayant émis *x* messages durant une période donnée.

5. IMPACTS SUR LES ORGANISATIONS

La mise en œuvre d'un système de messagerie au sein d'une entreprise a inévitablement des effets sur les relations entre employés. Les distances sont raccourcies, tout le monde apparaît au même niveau... Les tentations de sortir des relations traditionnelles sont grandes, voire inévitables. Pour s'en prémunir, les entreprises accompagnent ce processus d'évolution culturelle, fournissent même de nouveaux espaces afin d'éviter (ou de canaliser) les possibles dérives.

5.1 Mais qu'en font-ils ?

Les quatre populations identifiées précédemment font un usage différent de la messagerie. On a vu que les directions générales avaient, avant la mise en œuvre de l'outil, un fort besoin de communiquer : la messagerie leur permet effectivement d'augmenter leur capacité à transmettre et à échanger de l'information notamment entre les différents sites de l'entreprise. Les cadres dirigeants utilisent néanmoins personnellement leur messagerie de manière très variable. Ils recourent toujours à leur secrétaire pour filtrer et gérer les messages mais pour la plupart ils utilisent beaucoup leur messagerie pour échanger en interne et en externe à l'entreprise ainsi que pour valider les documents.

La population informatique fait un usage intensif de la messagerie, c'est une « habitude culturelle ». Ils s'en servent pour échanger entre eux, transmettre des documents, atteindre d'autres membres du personnel de l'entreprise.

Parmi les personnels opérationnels, le taux d'équipement en postes de travail est faible, d'où une utilisation restreinte, sauf pour l'encadrement chez qui il y a un usage fort, notamment dans le cas de sites multiples et éloignés du siège.

Les personnels administratifs font un usage plus limité de la messagerie et ne dialoguent qu'en interne à l'entreprise.

Plus généralement, les personnes qui communiquaient fréquemment par télécopie ou par téléphone communiquent par messagerie toutes les fois où l'interactivité n'est pas indispensable : l'asynchronisme de la messagerie permet de prendre son temps pour répondre.

Toutes ces populations ne pourraient, du reste, plus travailler sans la messagerie. Cela se voit lorsqu'une panne arrive, les employés se sentent perdus, limités dans leur travail : la messagerie est devenue indispensable pour diffuser les comptes rendus,

organiser les réunions. Elle commence à remplacer la note de service et les diffusions papier générales.

5.2 Quid des anciens médias?

Le téléphone n'est pas le principal concurrent de la messagerie. Il a l'avantage de fournir l'information en direct, il est plutôt utilisé en complément de la messagerie. Globalement, les entreprises interrogées s'expriment de façon mesurée quant à une baisse importante d'utilisation du téléphone. Il est néanmoins à noter dans certaines entreprises que l'usage de la messagerie s'est traduit par une diminution du nombre de secrétaires qui font de l'accueil téléphonique.

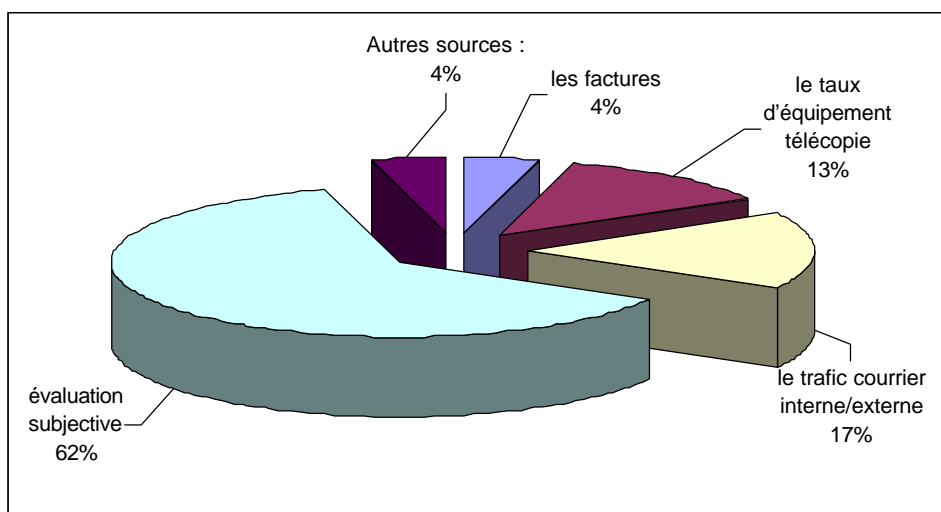
Contrairement au téléphone, la télécopie est en très forte baisse dans les différents services. Dans certaines entreprises, un projet de réduction des télécopies de 50 % a été mené avec succès. Tout ce qui était imprimé avant d'être faxé est maintenant envoyé en pièce jointe sous forme électronique. Cette tendance est visible sur deux éléments : le nombre de consommables de télécopie et le nombre de chronos courriers enregistrés. Il est à noter que l'intégration du serveur de télécopie au sein de la messagerie entraîne une diminution supplémentaire.

En ce qui concerne le courrier interne, la tendance est identique à celle de la télécopie. Il est même des entreprises dans lesquelles il a totalement disparu de certains services : tout passe par la messagerie, les forums et autres moyens électroniques.

Le courrier externe, lui, existe toujours en quantité importante. Il y a baisse, certes, mais très légère.

Attention :

- la diminution du courrier papier ne signifie pas la mort des imprimantes, bien au contraire, tant que les pièces jointes ne seront pas directement lisibles à l'écran de façon confortable, les utilisateurs les imprimeront. Mais ce n'est plus du ressort de la messagerie...
- très peu d'entreprises possèdent des moyens de mesure. Seules la moitié des entreprises interrogées ont répondu aux questions, les autres indiquent que l'évaluation est « subjective ».



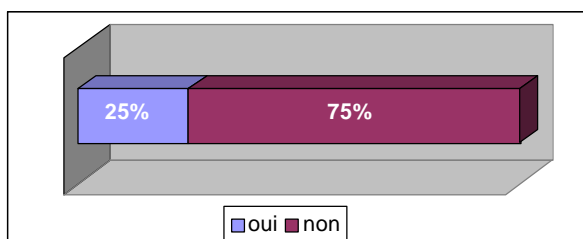
Source : Cigref

Figure 33 : Quelles sont les sources d'informations concernant l'impact de la messagerie sur l'usage des autres médias ?

5.3 Adaptation des modes de travail

5.3.1 Impacts sur les métiers

L'impact sur les métiers est très faible, voire quasiment nul. Il n'y a pas de métiers qui soient apparus suite à la mise en œuvre de la messagerie. La tendance est plutôt inverse : les « lapins de corridors¹⁵ » ont disparu, les services courriers ont été allégés. Beaucoup, voire tous les services de réservation par téléphone (salle de réunion, matériels informatique ou de projection, location, etc.) se font maintenant par messagerie voire même directement sur l'intranet de l'entreprise.



Source : Cigref

Figure 34 : Des services ont-ils été modifiés suite à l'apparition de la messagerie ?

Globalement donc, peu de métiers ont été concernés par l'utilisation des nouveaux outils de travail en groupe et la mise en commun des informations. On trouve particulièrement par exemple les métiers de secrétariat (on ne passe plus une journée à

¹⁵ Coursiers internes à l'entreprise.

monter une réunion par téléphone) qui sont allégés par une responsabilisation des individus : les utilisateurs tapent leurs notes et rapports et les envoient sans passer par le secrétariat. Les secrétaires ont un rôle d'assistante plutôt que de sténo, de classement ou de standardistes. Mais attention, il y a risque aussi qu'elles soient écartées du circuit d'information et plus au courant de grand-chose.

Un cas particulier pour les secrétaires de direction : pour la messagerie, comme au téléphone, elles servent de filtre et ont souvent une vision partielle ou complète de la boîte aux lettres de leur directeur (soit elles sont systématiquement en copie, soit elles ont un accès délégué ou complet sur la boîte de leur supérieur). La messagerie dans ce cas, ajoute au travail courant, mais les autres outils (agenda, annuaire, etc.) étant intégrés, elles gagnent aussi du temps. Contrairement au téléphone, l'asynchronisme de la messagerie leur permet de réagir de manière plus raisonnée et finalement de gagner du temps.

5.3.2 *Organisation des projets*

Dans le cadre du management des équipes, le fonctionnement asynchrone facilite la communication. Le management peut passer les messages plus aisément et collectivement. Les documents sont plus facilement, voire systématiquement diffusés et surtout on n'oublie personne : la facilité de communication assure un niveau de communication identique à tous. L'information apparaît alors comme plus fluide et surtout fiable, notamment grâce à la traçabilité des informations dans chaque boîte aux lettres. La rapidité de l'information favorise aussi la prise en compte des consignes et des actions : l'organisation du travail est facilitée.

Mais attention, le management doit s'adapter pour éviter qu'il y ait moins de communication orale, de « chaleur humaine ». Dans le cas de gros projets, il y a danger de court-circuiter des niveaux d'encadrement intermédiaires. Enfin, il y a risque de surinformation par une mauvaise distribution de l'information et de distraction par une mauvaise gestion de sa boîte aux lettres (effet « tiens, j'ai du courrier ! »).

La messagerie permet de mettre en place des équipes à intérêt commun entre différentes directions, voire géographiquement éclatées, notamment pour des projets transversaux.

La meilleure circulation de l'information permet de raccourcir les délais d'aboutissement des projets, notamment sur les projets géographiquement éclatés comme les projets internationaux. La transmission rapide des éléments permet d'accélérer les

rédactions des documents, la remontée des suivis et, *in fine*, de faciliter la démarche qualité. Le seul risque identifié est de perdre la traçabilité des événements s'il n'y a pas de mémorisation à long terme (utilisation des fonctions d'épuration automatique des boîtes aux lettres).

L'amélioration des délais permet plus de liberté et d'interactivité. L'utilisateur peut travailler en dehors de son lieu de travail, comme chez lui, quand il le désire : on augmente le temps d'action et la productivité des individus.

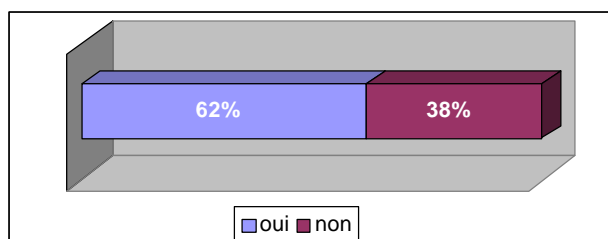
Mais là aussi, attention, il faut apprendre à l'utilisateur à s'organiser, à se plier à une discipline (notamment maîtriser son temps en ne se laissant pas interrompre par l'arrivée de messages) et à respecter une éthique.

Un dernier aspect concerne les circuits de décision. À l'unanimité des grands groupes affirment que la messagerie a sur eux un impact positif. Elle permet de synchroniser les points de vue, d'échanger rapidement tous les éléments préalables, d'accélérer les prises de décision, notamment d'achat et d'investissement.

Mais attention à l'abus de messagerie : un ensemble d'allers-retours par messagerie peut ralentir considérablement une prise de décision : on revient dans le cas cité plus haut : au-delà de deux ou trois messages, mieux vaut utiliser le téléphone ou faire une réunion.

5.3.3 Les relations hiérarchiques

Une majorité d'entreprises reconnaissent qu'il y a eu changement. Ce changement est moins dû à la messagerie en elle-même qu'à l'organisation qui a été adoptée pour son utilisation et son succès. Dans la majorité des cas, le choix d'organisation fait que tout le monde peut communiquer avec tout le monde. Cela induit automatiquement la possibilité d'une diffusion d'informations plus directe sans passer obligatoirement par la hiérarchie.



Source : Cigref

Figure 35 : Les relations hiérarchiques ont-elles été modifiées par l'utilisation de la messagerie ?

Mais la messagerie ne sert pas qu'à la contourner, elle offre aussi la possibilité d'atteindre et de mieux communiquer avec sa hiérarchie. En effet, l'outil permet une interactivité plus forte avec ses supérieurs. La facilité et la simplification des échanges augmentent la communication. Il n'est plus besoin de trouver un créneau horaire pour pouvoir discuter et avoir l'avis du supérieur. Les échanges sont directs et rapides.

Un dernier aspect concerne le formalisme des échanges. Tout message reçu ne fait pas systématiquement l'objet d'un avis ou d'une validation, il est donc possible de faire des diffusions instantanées sans contrôle de l'information d'un bout à l'autre de la chaîne.

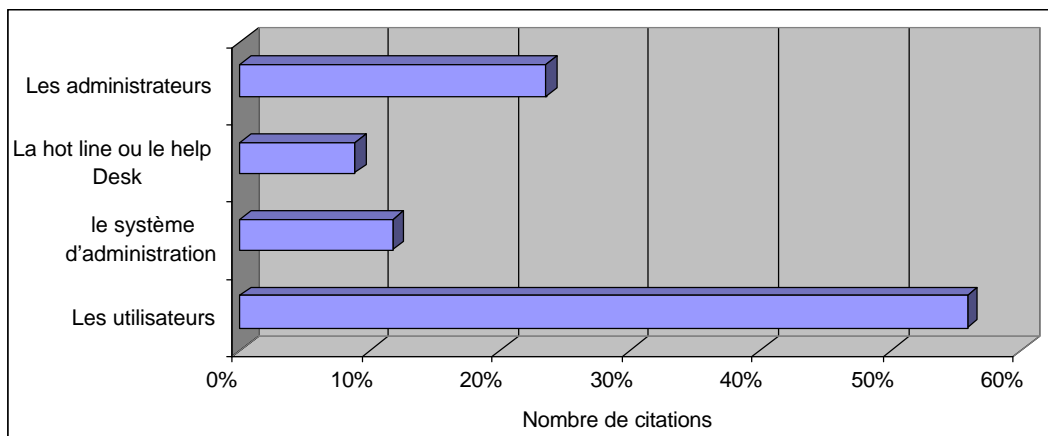
5.3.4 Usage courant

La messagerie est maintenant devenue un outil comme un autre. Elle est devenue l'outil de communication écrite banal et pourtant essentiel dans l'échange d'informations. Il est frappant de voir que plus personne ne se pose la question de savoir si ses destinataires vont bien consulter leur boîte aux lettres.

Du reste, le vocabulaire de la messagerie est entré dans l'usage courant et apparaît dans des documents tels que les comptes rendus, les notes d'organisation, etc. On dit : « As-tu une adresse ? » pour une adresse internet, « Envoie-moi un lotus » pour un message Lotus Notes.

En ce qui concerne l'organisation, l'usage courant abolit les distances et la messagerie devient l'outil de communication internationale entre sites puisqu'il se joue des décalages horaires. On ne s'intéresse plus à la question de savoir quand un destinataire va recevoir le message envoyé, puisque l'on sait que de toute façon il le recevra. Cette certitude que le message envoyé sera reçu est basée sur un constat : la messagerie est fiable et, dans l'ensemble, rapide. Du coup, l'exigence de qualité de transmission devient importante, la messagerie devient un média critique dont le délai d'acheminement toléré est en moyenne de 50 minutes au maximum.

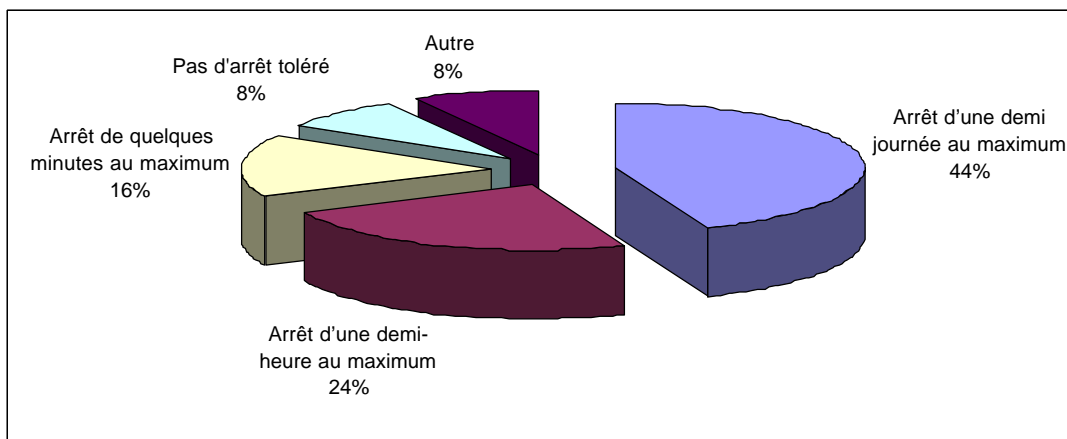
Cette « impatience » est notamment visible lors des incidents : ce sont les utilisateurs qui réagissent le plus vite.



Source : Cigref

Figure 36 : Qui est le plus réactif à un incident ?

Pour assurer cette qualité de service, 56 % des entreprises interrogées possèdent un engagement de qualité de service. Il va de la haute disponibilité (supérieure à 97 %) à la résolution de pannes en moins de 4 heures en passant par la surveillance et la remontée d'alertes. Certaines entreprises protègent particulièrement leur système de messagerie en mettant en place des architectures redondantes à tolérance de panne.



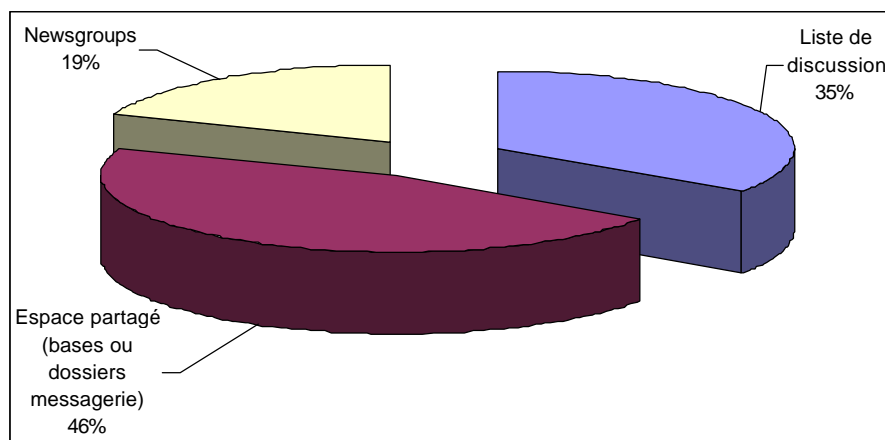
Source : Cigref

Figure 37 : Quel est le degré de criticité de la messagerie ?

6. LA MESSAGERIE ET LES AUTRES MÉDIAS

6.1 Les espaces d'échange

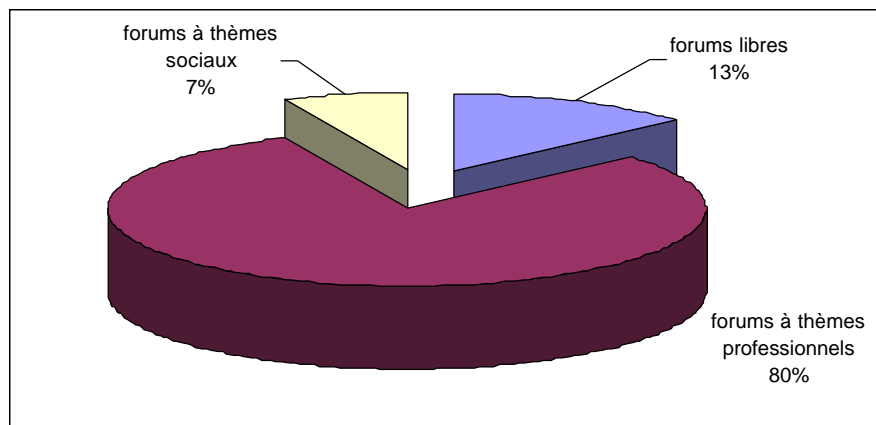
64 % des entreprises interrogées utilisent des espaces d'échange basés sur la messagerie. Ce sont pour la plupart des espaces partagés de type bases ou dossiers de messages ainsi que des listes de discussion. Ces espaces sont en place pour accélérer la mise en commun d'informations et offrir un confort d'échange supérieur à la messagerie, surtout lorsque le sujet intéresse beaucoup de monde et est à vocation transverse.



Source : Cigref

Figure 38 : Quels sont les types d'espaces d'échange offerts aux utilisateurs ?

Ces espaces ne sont qu'à 23 % accessibles en dehors de l'entreprise, le reste étant limité à l'intranet. Ce sont donc à 80 % des forums à thèmes professionnels. 80 % des entreprises qui n'ont pas d'espace d'échange envisagent pour ces raisons de s'en équiper.

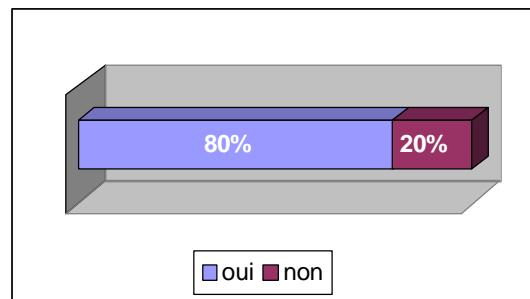


Source : Cigref

Figure 39 : Quels sont les sujets des espaces d'échange ?

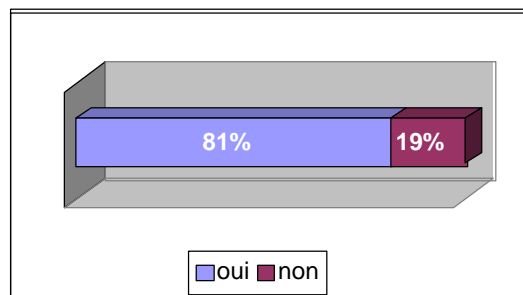
6.2 Le groupware et le workflow

Toutes les entreprises possèdent des applications de ce type. Ce sont pour la plupart des applications qui n'existaient pas avant la messagerie, tout du moins sous la forme actuelle. La messagerie leur apporte deux éléments : les délais de transmission et la traçabilité.



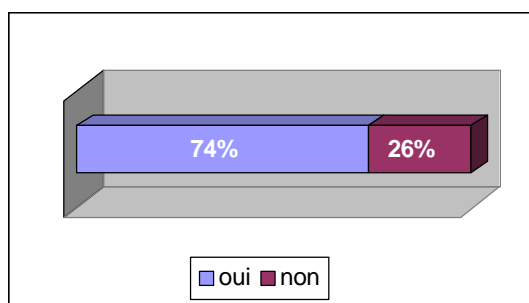
Source : Cigref

Figure 40 : Combien d'entreprises possèdent des applications de circulation d'information ?



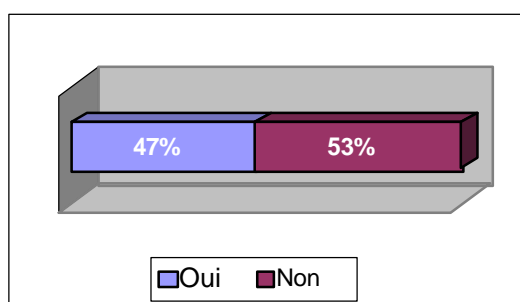
Source : Cigref

Figure 41 : Combien sont couplées à la messagerie ?



Source : Cigref

Figure 42 : Combien d'entreprises possèdent des applications de partage d'information ?



Source : Cigref

Figure 43 Les applications de partage d'information sont-elles couplées à la messagerie ?

Les applications citées sont les suivantes :

Workflow	Groupware
Administratif, Ressources humaines	Administratif, Ressources humaines
Notes de frais	Postes à pourvoir
Gestion des congés	Tableaux de bord ressources
Gestion des absences	Gestion des ressources matérielles
Planning de réunions	Dossiers de management
Gestion	Gestion
Demandes d'approvisionnement	Bases d'information
Demandes d'investissement	Projet
Suivi des livraisons	Gestion de projet
Projet	Informations qualité
Système qualité	Tableaux de bord
Assistance aux utilisateurs	Documentation métier
Gestion de suivi de processus	Suivis de réunion
Sécurité	Référentiels
Gestion et information du personnel	Mise à disposition de composants informatiques
35 heures	Référentiels de procédures
Voyages	Documentation, information
Formation	Questions / réponses
Notes de service	Fonds documentaires
Commercial	Bibliothèque
Suivi clients	Support
Réclamations	Gestion des demandes de travaux informatiques
Applications commerciales	Gestion des demandes d'assistance
Support	
Help Desk	
Demandes de développements	

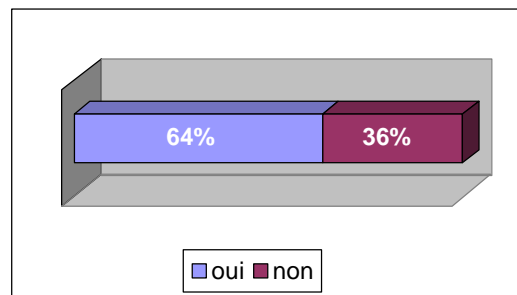
6.3 Les annuaires

La problématique de l'annuaire est l'unification des différents types existant : téléphone, messagerie, base du personnel, intranet, trombinoscope, etc.

La difficulté est que la gestion des annuaires dépend toujours de plusieurs services qui n'ont pas de relation entre eux (télécoms et gestion du personnel, par exemple). Il faut trouver où se trouve l'information pertinente à mémoriser et à rendre accessible.

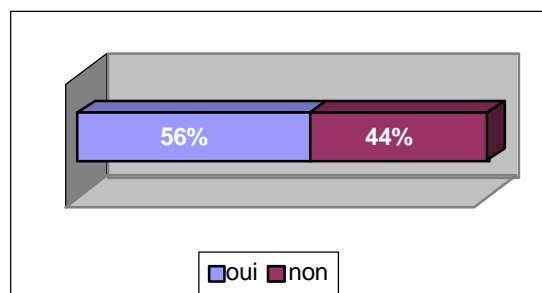
Tout ceci fait qu'une majorité d'organisations possèdent un annuaire d'entreprise souvent basé sur la messagerie parce que c'est la structure la plus proche et la plus riche pour ce genre d'information. S'il n'est pas basé sur la messagerie, il y est au moins couplé.

Mais ce n'est qu'une solution d'attente car presque toutes les entreprises réfléchissent au problème et cherchent des solutions dans les nouvelles technologies d'annuaires LDAP, de stockage XML et autres.



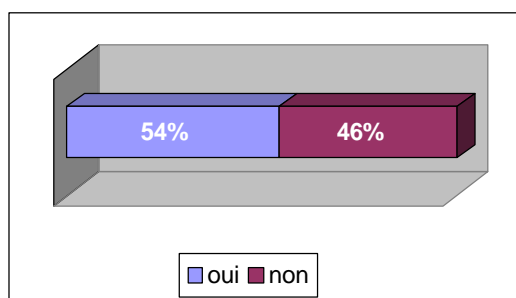
Source : Cigref

Figure 44 : Combien d'entreprises possèdent un annuaire ?



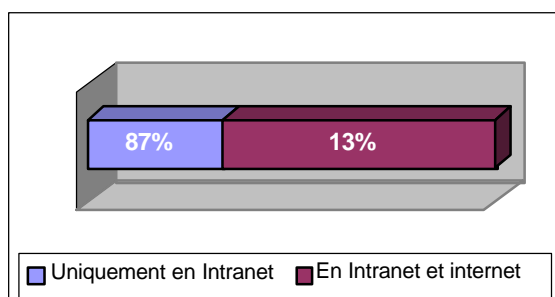
Source : Cigref

Figure 45 : L'annuaire d'entreprise est-il basé sur les annuaires de messagerie ?



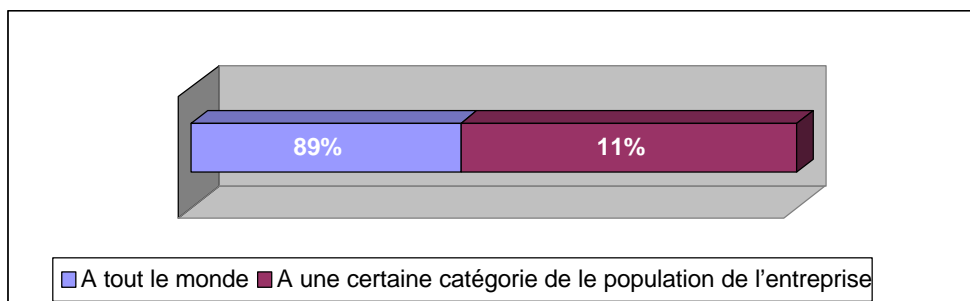
Source : Cigref

Figure 46 : L'annuaire est-il couplé avec un système de messagerie ?



Source : Cigref

Figure 47 : Comment l'annuaire est-il accessible ?



Source : Cigref

Figure 48 : À qui l'annuaire est-il accessible ?

6.4 Les autres médias

6.4.1 Agendas

76 % des entreprises interrogées disent avoir un agenda couplé à la messagerie. Cet agenda est utilisé massivement (95 %) au bon loisir de chacun, il n'y a pas de politique de gestion des emplois du temps utilisant ce canal. Les utilisateurs d'agendas électroniques se connaissent, forment des petites communautés et entre eux utilisent ses potentialités, notamment la prise de réunion (65 % des utilisateurs).

6.4.2 Assistants personnels

78 % des entreprises disent avoir des assistants numériques au sein de leur population d'utilisateurs. Mais leur nombre est excessivement faible. Néanmoins, 58 % d'entre eux sont couplés à la messagerie. Ces assistants sont utilisés principalement pour la gestion du temps et des adresses et donc utilisent la synchronisation avec la messagerie pour accéder à ses informations d'agenda électronique et d'annuaire. La synchronisation avec la messagerie en tant que telle (consultation des messages) est très peu utilisée.

L'usage des assistants personnels n'est donc intéressant que s'ils sont couplés aux outils utilisés par l'utilisateur sur le poste de travail. Sans couplage, ils n'ont que peu d'intérêt.

Il est à noter que plusieurs grand groupes réfléchissent à une politique d'équipement en assistants personnels. Ceux-ci feraient donc partie de l'équipement de base au même titre que le poste de travail.

6.4.3 Les mobiles

En ce qui concerne la téléphonie mobile, seules 4 % des entreprises interrogées ont couplé leurs mobiles avec la messagerie, mais un tiers a prévu de le faire. Les utilisations sont diverses. Par exemple envoyer à la messagerie des messages vocaux, ou consulter sa boîte aux lettres *via* un système de synthèse vocale. Mais les nouvelles technologies font entrevoir des possibilités de consultation directe de ses messages sur l'écran de son téléphone Wap ou *via* un écran agrandi et un accès GPRS ou UMTS.

6.4.4 Divers

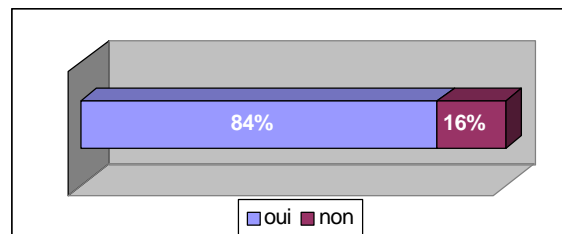
Si 92 % des entreprises possèdent un système de messagerie vocale, celui-ci n'est jamais couplé à la messagerie.

Enfin, seules 12 % des entreprises utilisent une messagerie instantanée en mode connecté. Elle sert principalement à diffuser des messages d'attente.

7. USAGES ET ÉTHIQUE, SÉCURITÉ ET PROTECTION DE L'ENTREPRISE

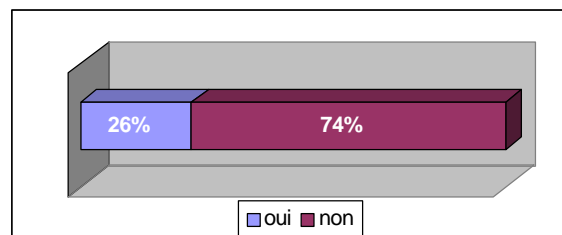
La messagerie électronique est devenue avec l'essor de l'internet le média le plus utilisé pour l'échange d'informations entre personnes, groupes de personnes, entreprises. Son développement rapide et parallèle dans la vie privée comme professionnelle a rendu extrêmement floue la frontière entre ces deux sphères. Ce flou, il convient maintenant de le régler, d'autant plus vite que les usages et les technologies continuent d'évoluer en accélérant : la messagerie électronique est donc l'un des points où les aspects juridiques doivent être résolus très rapidement.

7.1 Quelques chiffres



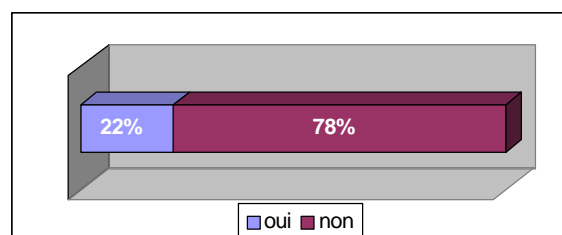
Source : Cigref

Figure 49 : Avez-vous diffusé des règles d'utilisation de la messagerie ?



Source : Cigref

Figure 50 : Possédez-vous un comité d'éthique ?



Source : Cigref

Figure 51 : Avez-vous formalisé une observation des usages de la messagerie ?

7.2 Le courrier en tant que tel

7.2.1 Courrier privé – public ?

La messagerie électronique est la jonction de deux mondes qui sont régis par des règles simples : celui du courrier et de l'électronique.

Le monde du courrier se cadre sur les problèmes de correspondance classique et doit être régi par les règles du courrier traditionnel.

Si l'on va sur le terrain de l'électronique, on se rapproche alors des règles de télécommunications qui existent dans les textes de loi. Les correspondances protégées sont toutes les correspondances privées, notamment définies par un arrêt de la cour d'appel de Metz du 18 juillet 1980 relatif aux communications téléphoniques dans les termes suivants, qui restent transposables au cas du courrier électronique : « Pour que la communication soit considérée comme privée, il faut non seulement que l'appel soit personnel, libre ou privé, mais encore que l'ensemble de l'échange téléphonique le soit », c'est-à-dire qu'il ne manifeste de la part des correspondants « aucune volonté positive et formelle de porter un acte de communication au public ». Ainsi le champ d'application du secret des correspondances est défini par des éléments objectifs (les caractères propres du message acheminé) et subjectifs (la volonté des correspondants de lui conserver un caractère confidentiel). Si l'on suit ce raisonnement, l'ensemble des correspondances électroniques, même acheminé à des listes d'adressage, est couvert par le secret des correspondances.

C'est la loi n° 91-646 du 10 juillet 1991 qui pose le principe du secret des correspondances, qui n'est plus seulement celui du secret des correspondances téléphoniques, comme c'était antérieurement le cas des dispositions en vigueur, mais de manière plus générale celui des correspondances transmises par la voie des télécommunications, ce qui englobe tous les réseaux de télécommunications au sens du nouvel article L. 32-2 du Code des P et T, c'est-à-dire y compris les réseaux informatiques.

Le problème se trouve donc sur la difficulté de qualifier une correspondance de privée ou de publique. Un courrier envoyé d'une personne à une autre avec leur assentiment peut légitimement être considéré comme étant privé. L'implication d'autres personnes change la donne : un courrier est-il privé à partir du moment où une personne est mise en copie et dans ce cas peut être considérée comme témoin de l'échange ? Un envoi effectué à plusieurs personnes n'est-il pas dans une certaine

mesure public ? et dans ce cas, l'auteur du courrier n'engage-t-il pas sa responsabilité sur la teneur de l'échange envers ses destinataires ?

Même adressé à une personne désignée, un message envoyé en grand nombre perd certainement son caractère privé quand il est le moyen de diffusion d'une information à grande échelle : publicité, information diffamatoire ou tout autre.

Comme on le voit, la chose n'est pas simple. Si l'on fait l'analogie avec un courrier classique, on peut au moins dire que le contenu d'un courrier envoyé par une personne à une autre personne peut être considéré comme privé, que l'adressage sur l'enveloppe ainsi que son objet peuvent être considérés comme publics. N'allons pas au delà dans les certitudes.

7.2.2 *(Que) peut-on contrôler ?*

Là encore, l'ambivalence « courrier / électronique » s'exerce.

Les besoins de sécurité pour le courrier électronique sont ceux du courrier traditionnel.

Les règles d'interception électronique sont les mêmes que les règles d'interception téléphonique (loi du 10 juillet 1991) : il n'y a pas de droit de regard sur le « sens » du contenu d'un courrier. Au sens informatique, il est néanmoins possible de stocker des informations sur cet échange, comme l'adresse, le type et le nombre de pièces jointes, l'objet et les destinataires du message (les antivirus ne faisant pas d'analyse de sens peuvent contrôler « techniquement » un message).

Une entreprise n'a donc pas de cadre légal qui autorise l'interception et l'ouverture des messages de ses employés à des fins de contrôle du contenu. Mais elle peut utiliser les outils de contrôle dès lors que la finalité est la bonne administration du système sous réserve d'en avertir les utilisateurs.

Il est néanmoins conseillé aux utilisateurs de ces outils de se conformer à la législation en vigueur ou de revoir la conception de ces applications. Il est en effet possible, on le sait, de contrôler, sans aucune possibilité d'erreur, l'activité réelle d'un salarié sur son poste informatisé de travail. La performance de ces systèmes permet de mémoriser la moindre cessation d'activité.

Or, l'employeur peut être tenté d'utiliser ces informations, et d'en tirer certaines conséquences (mutations, primes ou encore licenciements). C'est pourquoi on ne saurait trop recommander la prudence dans l'utilisation de ces techniques, afin notamment d'éviter les conflits du type de celui jugé par la chambre sociale

de la cour de cassation, le 7 juillet 1988, qui avait pour origine l'introduction d'une procédure informatique de contrôle personnel que les demandeurs estimaient « aveugle, systématique, effectué seconde par seconde, ressenti par tout le personnel comme une atteinte à la liberté individuelle, une agression à la dignité du travailleur et un moyen oppressif » (Cass. soc. , 7 juillet 1988, no 86-40. 441, Lexilaser).

En outre, on doit rappeler que les moyens de preuve ainsi constitués peuvent être remis en cause, ce qui est souvent le cas : voir Cass. soc., 22 mai 1995, no 7/1995, Sté Manulev service c/Salingue RJS, à propos d'une filature par un détective au sujet de laquelle l'avocat général Chauvy écrit : « à l'appui du licenciement, n'étaient produits que des rapports pêchant par intrusion et déloyauté. Le vice d'une preuve ne peut qu'entraîner le rejet des prétentions dont elle prétend être le support ».

7.2.3 *Qui est responsable ?*

L'entreprise est responsable du contenu des informations qui transitent par ses outils de travail ; elle a donc besoin de contrôle. La situation est donc délicate car il y a un équilibre difficile à trouver entre le droit privé du salarié et le besoin de contrôle de l'entreprise. Il faut définir des règles du jeu qui responsabilisent les acteurs en présence et définissent un cadre de travail : le salarié est tenu de respecter le règlement intérieur, voire une charte d'usage, sinon il s'expose à des sanctions.

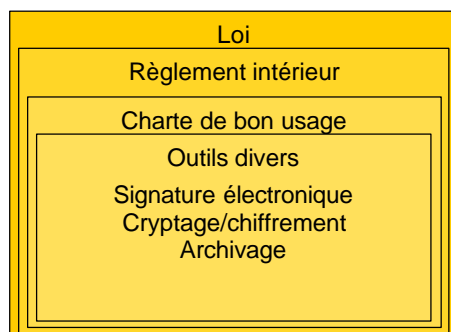
L'autre aspect de la confidentialité des correspondances concerne le secret professionnel. Traditionnellement, le secret s'impose en matière de correspondances (art. 226-15 et 432-9 du Code pénal) et dans l'exercice de certaines professions (art. 226-13 et 226-14 du Code pénal). Ces infractions pouvaient dès lors permettre de sanctionner certaines indécrotesses facilitées par l'informatique : quoi de plus simple en effet que de dupliquer un document sur un ordinateur ou d'intercepter des renseignements par le biais des réseaux.

Avec l'article 236 de la loi n° 92-1336 du 16 décembre 1992, un délit de violation du secret de fabrique en général trouve sa place dans le Code du travail. Précédemment, seule la communication par le directeur, le commis ou l'ouvrier de fabrique « des secrets de la fabrique où il est employé » était punissable (ancien art. 418 du Code pénal, abrogé par la loi n° 92-597 du 1er juillet 1992 et repris sous l'article L. 621-1 du Code de la propriété intellectuelle, modifié par la loi du 16 décembre 1992).

Ce nouvel article L. 152-7 du Code du travail permet de sanctionner plus facilement « l'espionnage » dans l'entreprise

lorsque les renseignements ne peuvent être qualifiés de « correspondances » ou alors lorsque l'auteur de l'infraction n'est pas tenu au secret professionnel.

Puisque l'entreprise ne peut « comprendre » le sens des échanges effectués avec ses outils de communication, comment peut-elle contrôler qu'il n'y a pas de secrets divulgués par ce canal ? Pour cela elle peut mettre en place différents filtres pour se protéger.



Source : Cigref

Figure 52 : Quel enchaînement suivre ?

Tout d'abord s'appuyer sur la loi, puis inscrire dans le règlement intérieur des règles d'utilisation de la messagerie et le faire valider ou tout au moins le faire consulter par le comité d'entreprise. Enfin, des règles de bon usage peuvent être décrites dans une charte qui, elle, n'entre pas dans le cadre du règlement intérieur. Éventuellement, mettre en place des systèmes de signature ou de chiffrement pour garantir le secret des correspondances. (L'entreprise peut réglementer l'usage de l'outil de chiffrement installé sur le poste de travail du salarié.)

7.2.4 Et la preuve ?

La signature et l'écrit électronique constituent maintenant un moyen de preuve. Il est donc conseillé d'archiver pour préconstituer des preuves pour l'avenir et pouvoir prouver la fraude éventuelle, ne serait-ce que du point de vue de l'assurance (pour laquelle la prescription d'un sinistre de fraude est de deux ans).

Dans la dernière loi sur la signature électronique (loi n° 2000-230 du 13 mars 2000 portant adaptation du droit de la preuve aux technologies de l'information et relatives à la signature électronique – cf. annexe), il est prévu des décrets sur les notions de support inaltérable (problème d'administration de la preuve) : « L'écrit sous forme électronique est admis en preuve au même titre que l'écrit sur support papier, sous réserve que puisse être dûment identifiée la personne dont il émane et qu'il soit établi et conservé dans des conditions de nature à en garantir l'intégrité. »

Tout est dans la finalité de l'archivage : il faut une légitimité (de toute façon, l'entreprise a obligation de sauvegarder donc d'archiver).

Le *disclaimer* est aussi envisageable, mais ne protège pas beaucoup : s'il constitue bien un commencement de preuve par écrit, il est néanmoins soumis au problème de l'application de la loi dans l'espace : internet étant considéré comme un espace international à part entière donc dépassant les frontières de la France : quelle loi appliquer ?

7.3 Les nouvelles technologies intégrées à la messagerie

7.3.1 La problématique des annuaires

Rappelons tout d'abord la définition juridique d'un annuaire : « Traitement automatisé d'informations nominatives ».

Un annuaire sert au bon fonctionnement de l'entreprise mais il ne doit pas contenir d'informations permettant de qualifier un employé.

Sa mise en œuvre relève de la loi du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, laquelle a pour objectif la protection des droits et des libertés de la personne au regard de la création et de l'exploitation de traitements automatisés d'informations nominatives. La loi est applicable dès lors qu'une personne, privée ou publique, collecte des informations nominatives, les enregistre puis les traite par l'intermédiaire d'un fichier informatique¹⁶. Les informations visées par la loi sont toutes les données personnelles ou individuelles qui permettent l'identification d'une personne physique de manière directe (par exemple le nom) ou indirecte par un identifiant caractérisant la personne sans la désigner nommément (par exemple l'indication du lieu de résidence). Il convient de préciser que certaines dispositions de la loi sont applicables aux fichiers non automatisés ou mécanographiques, autres que ceux dont l'usage relève du strict exercice du droit à la vie privée (cf. art. 45).

¹⁶ L'opération est qualifiée de traitement automatisé dès lors que des applications, peu importe leur qualification de fichier, base de données, ou banque de données, concourent à la manipulation d'informations nominatives.

La jurisprudence conçoit cette notion de façon plus extensive. Selon un jugement du TGI de Paris, 17^e chambre correctionnelle du 5 décembre 1991, constituent un traitement informatisé d'informations nominatives, la seule collecte et le seul enregistrement d'informations nominatives, en dehors même de toute mise en œuvre ou de toute exploitation de ces données.

Voir également : « La notion de traitement automatisé de données nominatives au sens de la loi informatique, fichiers et libertés », Expertises n° 148, p. 107, art. de J. Frayssinet ; TGI Paris, 6 juin 1988, Expertises n° 116, p. 146, note de J. Frayssinet.

Créée par la loi, la Cnil (Commission nationale de l'informatique et des libertés) est l'autorité administrative indépendante, chargée de veiller à son respect. La Cnil est le centre de gravité de la loi concernant les traitements réalisés par les personnes publiques, d'une part, puisqu'elle rend obligatoirement un avis, et d'autre part les personnes privées (physiques ou morales), qui sont assujetties à une obligation de déclaration préalable à la création des traitements.

La Cnil a un pouvoir de décision individuel et réglementaire, notamment par le biais de recommandations, non susceptibles de recours pour excès de pouvoirs. Bien que ne disposant pas de pouvoir de police, elle a un pouvoir de contrôle de la conformité des traitements aux prescriptions de la loi et elle reçoit les plaintes déposées devant elle, qu'elle peut ensuite dénoncer au Parquet pour suppléer à son manque de moyens coercitifs.

Dès lors qu'une entreprise ou une personne physique souhaite créer un fichier ou un traitement automatisé de données nominatives, elle doit obligatoirement en faire la déclaration préalable auprès de la Cnil en remplissant un formulaire, disponible au siège de la Cnil, dans les chambres de commerce ou les préfectures. L'obligation de déclaration pèse sur toute personne qui a le pouvoir de décider de la création d'un tel fichier ou traitement, même si l'exploitation en est sous-traitée. Le défaut de déclaration préalable est un délit, sanctionné au titre de l'article 226-16 du Code pénal. La déclaration désigne les personnes susceptibles d'avoir accès au traitement et la finalité de sa création, permettant ainsi d'encadrer son utilisation et de sécuriser les informations. De plus, elle limite la durée de vie du fichier, durée au-delà de laquelle le déclarant devra le détruire.

S'agissant des traitements mis en œuvre par les personnes privées, il existe deux types de déclarations préalables : la déclaration de droit commun et la déclaration simplifiée, pour les traitements correspondant à l'une des normes établies par la Cnil et ne comportant pas atteinte manifeste à la vie privée ou aux libertés.

A priori, sous réserve de précisions de la Cnil, on n'a pas à déclarer les annuaires de messagerie à partir du moment où ils contiennent uniquement les noms, prénoms, adresses électroniques et identifications professionnelles du personnel.

7.3.2 La signature électronique et le chiffrement

La validité de la signature électronique est maintenant reconnue sous réserve que l'émetteur soit dûment identifié et conservé : (loi n° 2000-230 du 13 mars 2000 portant adaptation du droit de la preuve aux technologies de l'information et relatives à la

signature électronique) « Art. 1316-3. - L'écrit sur support électronique a la même force probante que l'écrit sur support papier. Art. 1316-4. - La signature nécessaire à la perfection d'un acte juridique identifie celui qui l'appose. Elle manifeste le consentement des parties aux obligations qui découlent de cet acte. Quand elle est apposée par un officier public, elle confère l'authenticité à l'acte. Lorsqu'elle est électronique, elle consiste en l'usage d'un procédé fiable d'identification garantissant son lien avec l'acte auquel elle s'attache. La fiabilité de ce procédé est présumée, jusqu'à preuve du contraire, lorsque la signature électronique est créée, l'identité du signataire assurée et l'intégrité de l'acte garantie, dans les conditions fixées par décret en Conseil d'État ».

En ce qui concerne les technologies de chiffrement, les clefs autorisées vont jusqu'à 128 bits. Au-delà il faut faire une déclaration auprès de la DCSSI (Direction centrale de la sécurité des systèmes d'information, dépendant du Premier ministre). Si généralement c'est l'administrateur qui gère les clefs, il est néanmoins conseillé de déposer un double des clefs chez un tiers de confiance. Du reste, il faut faire attention aux administrateurs externes (société de service ou externalisation) : le contrat assurant la confidentialité des informations doit être extrêmement rigoureux.

7.4 La charte du bon usage

Il est bon que l'entreprise ait prévu sa mise en œuvre pour être en mesure de dire que le salarié était averti. Cela permet notamment de qualifier le caractère intentionnel de la fraude.

À une charte de bon usage, il est peut-être préférable de parler d'un « code d'éthique » auquel fait référence le règlement intérieur (lequel est référencé dans le contrat de travail).

Il faut que les partenaires sociaux soient partie prenante (au moins en consultation) à sa rédaction car il doit contenir les règles en langage technique de bonne utilisation du système d'information.

Avec l'archivage, ce sont des moyens de protection par anticipation vis-à-vis d'une législation balbutiante et en pleine évolution, un début de commencement de preuve : cela permet notamment un préjugé favorable.

Il est conseillé de faire valider par le salarié ce code d'éthique. Pour simplifier les choses, il peut être envisagé de lui faire valider électroniquement (puisque la signature électronique est reconnue) à la fourniture d'une nouvelle boîte aux lettres : c'est un engagement de sa part à respecter les règles du jeu.

7.5 Les acteurs

En règle générale, la politique de sécurité de l'entreprise doit être définie par la direction générale.

La DSI définit les moyens techniques, les modalités et sa mise en œuvre avec l'éclairage de la DRH, pour les discussions avec les partenaires sociaux, et du service juridique pour les éventuels problèmes externes.

Toute modification du règlement intérieur doit faire l'objet d'une validation ou au moins d'une consultation du CE.

Dans le cas de situations contentieuses, ce sont les DRH qui doivent prendre la main et régler le problème (notamment la qualification du motif en cas de contentieux du droit du travail). La motivation d'un licenciement peut être appuyée par les moyens fournis par la preuve électronique que la DSI aura constituée.

7.6 En bref...

Face à un vide légal (mais non pas un vide juridique) de la messagerie qui tend à se combler et à une technologie qui évolue très rapidement. Il faut savoir raison garder et faire parler le bon sens. L'entreprise doit fonctionner comme auparavant, mais impliquer plus les DG, DRH et les services juridiques pour que le système ne serve qu'à réguler les situations déviantes.

Si l'entreprise doit se donner les moyens techniques et déontologiques de se protéger, elle doit aussi rester plus transparente possible vis-à-vis de ses salariés et de la loi.

***ANNEXE 1 : Décrets applicatifs de la déclaration
sur la libéralisation de l'usage de la
cryptographie en France***

Décrets, arrêtés, circulaires

TEXTES GÉNÉRAUX

PREMIER MINISTRE

Décret n° 99-199 du 17 mars 1999 définissant les catégories de moyens et de prestations de cryptologie pour lesquelles la procédure de déclaration préalable est substituée à celle d'autorisation

NOR : PPMX9903476D

Le Premier ministre,

Vu le règlement (CE) n° 3381/94 du Conseil en date du 19 décembre 1994 modifié instituant un régime communautaire de contrôle des exportations de biens à double usage, notamment son article 2 ;

Vu la directive 98/34/CE du Parlement européen et du Conseil en date du 22 juin 1998, modifiée par la directive 98/48/CE du Parlement européen et du Conseil en date du 20 juillet 1998, prévoyant une procédure d'information dans le domaine des normes et réglementations techniques et des règles relatives aux services de la société de l'information ;

Vu la loi n° 90-1170 du 29 décembre 1990 modifiée sur la réglementation des télécommunications, notamment son article 28 ;

Vu le décret n° 98-101 du 24 février 1998 définissant les conditions dans lesquelles sont souscrites les déclarations et accordées les autorisations concernant les moyens et prestations de cryptologie, notamment son article 4,

Décrète :

Art. 1^{er}. – Pour chacune des catégories de moyens et de prestations de cryptologie figurant dans la première colonne du tableau annexé au présent décret, les opérations pour lesquelles la procédure de déclaration préalable est substituée à celle d'autorisation sont indiquées dans la deuxième colonne du même tableau.

Art. 2. – Le décret n° 98-207 du 23 mars 1998 définissant les catégories de moyens et de prestations de cryptologie pour lesquelles la procédure de déclaration préalable est substituée à celle d'autorisation est abrogé.

Art. 3. – Le présent décret sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait à Paris, le 17 mars 1999.

LIONEL JOSPIN

ANNEXE

MOYENS OU PRESTATIONS	OPÉRATIONS (*) pour lesquelles la déclaration se substitue à l'autorisation
1. Matériels ou logiciels offrant un service de confidentialité mis en œuvre par un algorithme dont la clef est d'une longueur inférieure ou égale à 40 bits.	F
2. Matériels ou logiciels offrant un service de confidentialité mis en œuvre par un algorithme dont la clef est d'une longueur supérieure à 40 bits et inférieure ou égale à 128 bits.	F, U, I (1)
3. Equipements conçus ou modifiés pour utiliser la cryptologie faisant appel à des techniques analogiques tels que : <i>a)</i> Equipements utilisant des techniques de mélange de bandes « fixes » ne dépassant pas 8 bandes et où les changements de transposition ne s'effectuent pas plus d'une fois toutes les secondes ; <i>b)</i> Equipements utilisant des techniques de mélange de bandes « fixes » dépassant 8 bandes et où les changements de transposition ne s'effectuent pas plus d'une fois toutes les dix secondes ; <i>c)</i> Equipements utilisant l'inversion à fréquence « fixe » et où les changements de transposition ne s'effectuent pas plus d'une fois toutes les secondes ; <i>d)</i> Equipements de fac-similé ; <i>e)</i> Equipements de radiodiffusion pour audience restreinte ; <i>f)</i> Equipements de télévision civile.	F
(1) L'utilisation et l'importation ne sont soumises à déclaration que si elles concernent un matériel ou un logiciel qui n'a pas fait l'objet préalablement d'une déclaration par leur producteur, un fournisseur ou un importateur, et si ledit matériel ou ledit logiciel n'est pas exclusivement destiné à l'usage privé d'une personne physique. (*) F : fourniture ; U : utilisation ; E : exportation ; I : importation.	

Figure 53 : Décret n° 99-199 du 17 mars 1999 définissant les catégories de moyens et de prestations de cryptologie pour lesquelles la procédure de déclaration préalable est substituée à celle d'autorisation.

19 mars 1999

JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

4051

Décret n° 99-200 du 17 mars 1999 définissant les catégories de moyens et de prestations de cryptologie dispensées de toute formalité préalable

NOR : PRMX9903477D

Le Premier ministre,

Vu le règlement (CE) n° 3381/94 du Conseil en date du 19 décembre 1994 modifié instituant un régime communautaire de contrôle des exportations de biens à double usage, notamment son article 2 ;

Vu la directive 98/34/CE du Parlement européen et du Conseil en date du 22 juin 1998, modifiée par la directive 98/48/CE du Parlement européen et du Conseil en date du 20 juillet 1998, prévoyant une procédure d'information dans le domaine des normes et réglementations techniques et des règles relatives aux services de la société de l'information ;

Vu la loi n° 90-1170 du 29 décembre 1990 modifiée sur la réglementation des télécommunications, notamment son article 28 ;

Vu le décret n° 98-101 du 24 février 1998 définissant les conditions dans lesquelles sont souscrites les déclarations et accordées les autorisations concernant les moyens et prestations de cryptologie, notamment son article 2,

Décrète :

Art. 1^{er}. – Pour chacune des catégories de moyens et de prestations de cryptologie figurant dans la première colonne du tableau annexé au présent décret, les opérations dispensées de toute formalité préalable sont indiquées dans la deuxième colonne du même tableau.

Art. 2. – Le décret n° 98-206 du 23 mars 1998 définissant les catégories de moyens et de prestations de cryptologie dispensées de toute formalité préalable est abrogé.

Art. 3. – Le présent décret sera publié au *Journal officiel* de la République française.

Fait à Paris, le 17 mars 1999.

LIONEL JOSPIN

ANNEXE

MOYENS OU PRESTATIONS	OPÉRATIONS (*) dispensées de toutes formalités préalables
1. Matériels ou logiciels offrant un service de confidentialité mis en œuvre par un algorithme dont la clef est d'une longueur inférieure ou égale à 40 bits.	U, I
2. Matériels ou logiciels offrant un service de confidentialité mis en œuvre par un algorithme dont la clef est d'une longueur supérieure à 40 bits et inférieure ou égale à 128 bits, à condition, soit que lesdits matériels ou logiciels aient préalablement fait l'objet d'une déclaration par leur producteur, un fournisseur ou un importateur, soit que lesdits matériels ou logiciels soient exclusivement destinés à l'usage privé d'une personne physique.	U, I
3. Equipements conçus ou modifiés pour utiliser la cryptologie faisant appel à des techniques analogiques tels que : a) Equipements utilisant des techniques de mélange de bandes « fixes » ne dépassant pas 8 bandes et où les changements de transposition ne s'effectuent pas plus d'une fois toutes les secondes ; b) Equipements utilisant des techniques de mélange de bandes « fixes » dépassant 8 bandes et où les changements de transposition ne s'effectuent pas plus d'une fois toutes les dix secondes ; c) Equipements utilisant l'inversion à fréquence « fixe » et où les changements de transposition ne s'effectuent pas plus d'une fois toutes les secondes ; d) Equipements de fac-similé ; e) Equipements de radiodiffusion pour audience restreinte ; f) Equipements de télévision civile.	U, E, I
4. Cartes à microprocesseur personnalisées ou leurs composants spécialement conçus, incapables de chiffrer le trafic de messages ou les données fournies par l'utilisateur ou leur prestation de gestion de clef associée.	F, U, E, I
5. Equipements de réception de télévision de type grand public, sans capacité de chiffrement numérique et où le déchiffrement numérique est limité aux fonctions vidéo, audio ou de gestion.	F, U, E, I
6. Radiotéléphones portatifs ou mobiles destinés à l'usage civil qui ne sont pas en mesure de procéder au chiffrement de bout en bout.	F, U, E, I
7. Equipements autonomes de lecture de disques vidéo numériques, de type grand public, sans capacité de chiffrement, où le déchiffrement est limité aux informations vidéo, audio, informatiques et de gestion.	F, U, E, I
8. Moyens matériels ou logiciels spécialement conçus pour assurer la protection des logiciels contre la copie ou l'utilisation illicite, dont les fonctions de déchiffrement ne sont pas accessibles à l'utilisateur.	F, U, E, I
9. Equipements de contrôle d'accès, tels que machines automatiques de distribution de billets, imprimantes libre-service de relevés de compte ou terminaux de points de vente, protégeant les mots de passe, numéros d'identification personnels ou autres données similaires empêchant l'accès non autorisé à des installations, mais ne permettant pas le chiffrement des fichiers ou des textes, sauf lorsqu'il est directement lié à la protection des mots de passe ou des numéros d'identification personnels.	F, U, E, I
10. Moyens ou prestations conçus pour protéger des mots de passe, des codes d'identification personnels ou des données d'authentification similaires, utilisés pour contrôler l'accès à des données, à des ressources, à des services ou à des locaux, sous réserve qu'ils ne permettent de chiffrer que les fichiers de mots de passe ou de codes d'identification et les informations nécessaires au contrôle d'accès.	U, E, I
11. Moyens ou prestations conçus pour élaborer ou protéger une procédure de signature, une valeur de contrôle cryptographique, un code d'authentification de message ou une information similaire, pour vérifier la source des données, prouver la remise des données au destinataire, ou bien détecter les altérations ou modifications subreptices portant atteinte à l'intégrité des données, sous réserve qu'ils ne permettent de chiffrer que les informations nécessaires à l'authentification ou au contrôle d'intégrité des données concernées.	U, E, I
12. Systèmes de gestion de facturation inclus dans les dispositifs de relevés de compteurs dont les fonctions de chiffrement sont directement liées au comptage.	F, U, E, I
13. Equipements dotés de moyens de cryptologie lorsqu'ils accompagnent les personnalités étrangères sur invitation officielle de l'Etat.	U, E, I
14. Stations de base de radiocommunications cellulaires commerciales civiles présentant toutes les caractéristiques suivantes : a) Limitées au raccordement de radiotéléphones qui ne permettent pas d'appliquer des techniques cryptographiques au trafic de messages entre terminaux mobiles, sauf sur les liens directs entre radiotéléphones et stations de bases (connues sous le nom d'interface radio) ; b) Et ne permettant pas d'appliquer des techniques cryptographiques au trafic de messages sauf sur l'interface radio.	F, U, I

(*) F : fourniture ; U : utilisation ; E : exportation ; I : importation.

Figure 54 : Décret n° 99-200 du 17 mars 1999 définissant les catégories de moyens et de prestations de cryptologie dispensées de toute formalité préalable.

ANNEXE 2 : Articles de loi sur le secret

CODE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Art. L. 621-1. (modifié par L. n° 92-1336 du 16 déc. 1992). Les peines frappant la violation des secrets de fabrique sont prévues à l'article L. 152. 7 du code du travail ci-après reproduit :

Art. L 152-7. Le fait, par tout directeur ou salarié d'une entreprise où il est employé, de révéler ou de tenter de révéler un secret de fabrique est puni de deux ans d'emprisonnement et de 200 000 F d'amende.

Le tribunal peut également prononcer, à titre de peine complémentaire, pour une durée de cinq ans au plus, l'interdiction des droits civiques, civils et de famille prévue par l'article 131-26 du code pénal.

CODE PÉNAL

Art. 226-13. La révélation d'une information à caractère secret par une personne qui en est dépositaire soit par état ou par profession, soit en raison de sa fonction ou d'une mission temporaire, est puni d'un an d'emprisonnement et de 100 000 F d'amende.

Art. 226-14. L'article 226-13 n'est pas applicable dans les cas où la loi impose ou autorise la révélation du secret (...).

Art. 226-15. Le fait, commis de mauvaise foi, d'ouvrir, de supprimer, de retarder ou de détourner des correspondances arrivées ou non à destination et adressées à des tiers, ou d'en prendre frauduleusement connaissance, est puni d'un an d'emprisonnement et de 300 000 F d'amende.

Est puni des mêmes peines le fait, commis de mauvaise foi, d'intercepter, de détourner, d'utiliser ou de divulguer des correspondances émises, transmises ou reçues par la voie des télécommunications ou de procéder à l'installation d'appareils conçus pour réaliser de telles interceptions.

***ANNEXE 3 : Loi n° 2000-230 du 13 mars 2000
portant adaptation du droit de la
preuve aux technologies de
l'information et relative à la
signature électronique***

J. O. Numéro 62 du 14 Mars 2000 page 3968

Lois

**LOI no 2000-230 du 13 mars 2000 portant adaptation du droit de la preuve
aux technologies de l'information et relative à la signature électronique (1)
NOR : JUSX9900020L**

L'Assemblée nationale et le Sénat ont adopté,
Le Président de la République promulgue la loi dont la teneur suit :

Article 1er

I. - L'article 1316 du code civil devient l'article 1315-1.

II. - Les paragraphes 1er, 2, 3, 4 et 5 de la section 1 du chapitre VI du titre III du livre III du code civil deviennent respectivement les paragraphes 2, 3, 4, 5 et 6.

III. - Il est inséré, avant le paragraphe 2 de la section 1 du chapitre VI du titre III du livre III du code civil, un paragraphe 1er intitulé : « Dispositions générales », comprenant les articles 1316 à 1316-2 ainsi rédigés :

« Art. 1316. - La preuve littérale, ou preuve par écrit, résulte d'une suite de lettres, de caractères, de chiffres ou de tous autres signes ou symboles dotés d'une signification intelligible, quels que soient leur support et leurs modalités de transmission.

« Art. 1316-1. - L'écrit sous forme électronique est admis en preuve au même titre que l'écrit sur support papier, sous réserve que puisse être dûment identifiée la personne dont il émane et qu'il soit établi et conservé dans des conditions de nature à en garantir l'intégrité.

« Art. 1316-2. - Lorsque la loi n'a pas fixé d'autres principes, et à défaut de convention valable entre les parties, le juge règle les conflits de preuve littérale en déterminant par tous moyens le titre le plus vraisemblable, quel qu'en soit le support. »

Article 2

L'article 1317 du code civil est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« Il peut être dressé sur support électronique s'il est établi et conservé dans des conditions fixées par décret en Conseil d'Etat. »

Article 3

Après l'article 1316-2 du code civil, il est inséré un article 1316-3 ainsi rédigé :

« Art. 1316-3. - L'écrit sur support électronique a la même force probante que l'écrit sur support papier. »

Article 4

Après l'article 1316-3 du code civil, il est inséré un article 1316-4 ainsi rédigé :

« Art. 1316-4. - La signature nécessaire à la perfection d'un acte juridique identifie celui qui l'appose. Elle manifeste le consentement des parties aux obligations qui découlent de cet acte. Quand elle est apposée par un officier public, elle confère l'authenticité à l'acte.

« Lorsqu'elle est électronique, elle consiste en l'usage d'un procédé fiable d'identification garantissant son lien avec l'acte auquel elle s'attache. La fiabilité de ce procédé est présumée, jusqu'à preuve contraire, lorsque la signature électronique est créée, l'identité du signataire assurée et l'intégrité de l'acte garantie, dans des conditions fixées par décret en Conseil d'Etat. »

Article 5

A l'article 1326 du code civil, les mots : « de sa main » sont remplacés par les mots : « par lui-même ».

Article 6

La présente loi est applicable en Nouvelle-Calédonie, en Polynésie française, à Wallis-et-Futuna et dans la collectivité territoriale de Mayotte.

La présente loi sera exécutée comme loi de l'Etat.

Fait à Paris, le 13 mars 2000.

Jacques Chirac

Par le Président de la République :

Le Premier ministre,
Lionel Jospin

Le garde des sceaux, ministre de la justice,
Elisabeth Guigou

Le ministre de l'intérieur,
Jean-Pierre Chevènement

Le ministre de l'économie,
des finances et de l'industrie,
Christian Sautter

Le secrétaire d'Etat à l'outre-mer,
Jean-Jack Queyranne

Le secrétaire d'Etat à l'industrie,
Christian Pierret

(1) Loi no 2000-230.

- Directive communautaire :

Directive 1999/93/CE du Parlement européen et du Conseil du 13 décembre 1999 sur un cadre communautaire pour les signatures électroniques.

- Travaux préparatoires :

Sénat :

Projet de loi no 488 (1998-1999) ;

Rapport de M. Charles Jolibois, au nom de la commission des lois, no 203 (1999-2000) ;

Discussion et adoption le 8 février 2000.

Assemblée nationale :

Projet de loi, adopté par le Sénat, no 2158 ;

Rapport de M. Christian Paul, au nom de la commission des lois, no 2197 ;

Discussion et adoption le 29 février 2000.

*ANNEXE 4 : Recommandations du comité des
ministres du Conseil de l'Europe sur
la protection de la vie privée sur
internet*

CONSEIL DE L'EUROPE
COMITÉ DES MINISTRES

RECOMMANDATION N° R (99) 5
DU COMITÉ DES MINISTRES AUX ÉTATS MEMBRES
SUR LA PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE SUR INTERNET
**LIGNES DIRECTRICES POUR LA PROTECTION DES PERSONNES À L'ÉGARD DE LA COLLECTE ET DU
TRAITEMENT DE DONNÉES À CARACTÈRE PERSONNEL SUR LES "INFOROUTES"**
(adoptée par le Comité des Ministres le 23 février 1999,
lors de la 660e réunion des Délégués des Ministres)

Préambule

Le Comité des Ministres, en vertu de l'article 15. b du Statut du Conseil de l'Europe,
Considérant que le but du Conseil de l'Europe est de réaliser une union plus étroite entre ses membres;
Notant le développement des nouvelles technologies et des nouveaux services de communication et d'information en ligne ;
Conscient que ce développement influencera notablement le fonctionnement de la société en général et les relations entre individus, en particulier en offrant des possibilités accrues de communication et d'échange d'informations aux plans national et international ;
Conscient des avantages que les utilisateurs des nouvelles technologies peuvent retirer de ce développement ;
Estimant, toutefois, que le développement des technologies et la généralisation de la collecte et du traitement de données à caractère personnel sur les "inforoutes" comportent des risques pour la vie privée des personnes ;
Estimant que les développements des technologies permettent également de contribuer au respect des droits et libertés fondamentales, notamment du droit à la vie privée, lors du traitement de données à caractère personnel concernant des personnes physiques ;
Conscient de la nécessité de développer des techniques garantissant l'anonymat des personnes concernées et la confidentialité des informations échangées par le biais des "inforoutes", dans le respect des droits et libertés d'autrui et des valeurs d'une société démocratique ;
Conscient que les communications à l'aide des nouvelles technologies de l'information sont également soumises au respect des droits de l'homme et des libertés fondamentales, notamment au respect de la vie privée et du secret de la correspondance, tels que garantis par l'article 8 de la Convention européenne des Droits de l'Homme ;
Reconnaissant que la collecte, le traitement, et notamment la communication de données à caractère personnel par le biais de nouvelles technologies de l'information, en particulier les "inforoutes", sont régis par les dispositions de la Convention pour la protection des personnes à l'égard du traitement automatisé des données à caractère personnel (Strasbourg, 1981, Série des traités européens n° 108) et par les recommandations sectorielles relatives à la protection des données, en particulier la Recommandation n° R (90) 19 sur la protection des données à caractère personnel utilisées à des fins de paiement et autres opérations connexes, la Recommandation n° R (91) 10 sur la communication à des tiers des données à caractère personnel détenues par des organismes publics et la Recommandation n° R (95) 4 sur la protection des données à caractère personnel dans le domaine des services de télécommunication, eu égard notamment aux services téléphoniques ;
Estimant qu'il convient de sensibiliser les utilisateurs et les fournisseurs de services d'internet à la mise en œuvre des dispositions générales de la convention citée plus haut, à l'égard de la collecte et du traitement des données à caractère personnel sur les "inforoutes",
Recommande aux gouvernements des Etats membres de diffuser largement les lignes directrices contenues dans l'annexe à la présente recommandation, en particulier auprès des utilisateurs et des fournisseurs de services d'internet, ainsi qu'auprès de toute autorité nationale chargée de veiller au respect des dispositions de la protection des données.

Annexe à la Recommandation n° R (99) 5 du Comité des Ministres
aux Etats membres sur la protection de la vie privée sur internet
**Lignes directrices pour la protection des personnes à l'égard de la collecte
et du traitement de données à caractère personnel sur les "inforoutes",
qui peuvent être intégrées ou annexées à des codes de conduite**

I. Introduction

Les présentes lignes directrices énoncent des principes d'une conduite loyale à observer en matière de protection de la vie privée par les utilisateurs et les fournisseurs de services d'internet¹⁷. Ces principes peuvent être repris dans des codes de conduite.
Les utilisateurs devraient être conscients des responsabilités des fournisseurs de services d'internet et vice versa. Il est donc conseillé aux utilisateurs et aux fournisseurs de services d'internet de lire ce texte en entier, bien qu'il soit divisé en plusieurs parties pour le rendre plus facile à utiliser. Vous pouvez être concerné par une seule ou plusieurs parties de ce texte à la fois.
L'utilisation d'internet implique une responsabilité pour chaque action et comporte des risques pour la vie privée. Il est important de se conduire de manière à se protéger et à promouvoir de bonnes relations avec les autres. Ces lignes directrices énoncent quelques solutions pratiques pour la protection de la vie privée, mais ne vous dispensent pas de connaître vos droits et obligations.
Rappelez-vous que le respect de la vie privée est un droit fondamental de tout individu qui peut être protégé également par des lois sur la protection des données. Alors, mieux vaut vérifier votre situation juridique.

II. Pour les utilisateurs

1. Rappelez-vous qu'internet n'est pas sûr. Cependant, existent et se développent différents moyens vous permettant d'améliorer la protection de vos données¹⁸. Utilisez donc tout moyen disponible pour protéger vos données et vos communications, tel que le cryptage légalement disponible pour des courriers électroniques confidentiels aussi bien que des codes d'accès à votre propre PC¹⁹.
2. Rappelez-vous que chaque transaction effectuée, chaque visite d'un site sur internet laissent des traces. Ces "traces électroniques" peuvent être utilisées à votre insu pour établir un profil de votre personne et de vos intérêts. Si vous ne voulez pas que votre profil soit établi, vous êtes encouragé à utiliser les dispositifs techniques les plus récents qui comprennent la possibilité d'être informé à chaque fois que vous laissez des traces et à refuser ces traces. Vous pouvez également demander à être informé des règles de conduite retenues par les différents programmes et sites en matière de protection de la vie privée et préférer ceux qui enregistrent peu de données ou qui sont accessibles d'une manière anonyme.

¹⁷ Voir partie IV, paragraphe 1.

¹⁸ Le terme "donnée" se rapporte aux données à caractère personnel et signifie toute information vous concernant ou concernant d'autres personnes.

¹⁹ Par exemple, utilisez des mots de passe et modifiez-les régulièrement.

3. L'accès et l'utilisation anonymes des services et des paiements constituent la meilleure protection de la vie privée. Informez-vous des moyens techniques de recourir à cet anonymat, si cela est approprié²⁰.
4. L'anonymat absolu peut ne pas être approprié en raison de contraintes légales. Dans ce cas, si la loi l'autorise, vous pouvez utiliser un pseudonyme, de sorte que votre identité véritable ne sera connue que de votre fournisseur de services d'internet.
5. Ne communiquez à votre fournisseur de services d'internet ou à toute autre personne que les données qui sont nécessaires pour une finalité déterminée dont vous avez été informé. Soyez particulièrement vigilant avec les cartes de crédit et les numéros de compte, qui peuvent être très facilement utilisés - abusivement - dans le cadre d'internet.
6. Rappelez-vous que votre adresse électronique constitue une donnée à caractère personnel et que d'autres peuvent souhaiter l'utiliser à différentes fins, telles que son inclusion dans des annuaires ou des listes d'utilisateurs. N'hésitez pas à demander quelle est la finalité de ces annuaires ou de ces autres utilisations. Vous pouvez demander que votre adresse soit effacée si vous ne souhaitez pas figurer dans ces annuaires ou dans ces listes.
7. Soyez prudent à l'égard des sites qui demandent plus de données que nécessaire pour l'accès au site ou la réalisation d'une transaction, ou encore qui ne vous précisent pas pourquoi ils ont besoin de l'ensemble de ces données vous concernant.
8. Rappelez-vous que votre responsabilité juridique est engagée pour le traitement de données, par exemple si vous téléchargez ou téléchargez illicitement et que, même si vous avez utilisé un pseudonyme, on peut vous identifier.
9. N'envoyez pas de courrier malveillant, cela peut se retourner contre vous et avoir des conséquences juridiques.
10. Votre fournisseur de services d'internet est responsable de la bonne utilisation des données. Demandez-lui quelles données il collecte, traite et conserve, de quelle manière, et pour quelles finalités. Répétez cette demande de temps en temps. Exigez qu'il les modifie si elles sont inexacts ou qu'il les efface si elles sont excessives, si elles ne sont pas mises à jour ou ne sont plus nécessaires. Demandez au fournisseur de services d'internet qu'il notifie cette modification aux autres parties auxquelles il a communiqué vos données²¹.
11. Si vous n'êtes pas satisfait de la manière dont votre fournisseur de services d'internet actuel collecte, traite, conserve ou communique vos données et s'il refuse de modifier son attitude, alors envisagez de changer de fournisseur. Si vous estimez que votre fournisseur de services d'internet ne respecte pas les règles relatives à la protection des données, vous pouvez informer les autorités compétentes ou tenter une action en justice.
12. Informez-vous des risques pour la vie privée et la sécurité sur internet ainsi que des moyens disponibles de réduire ces risques.
13. Si vous avez l'intention d'envoyer des données vers un autre pays, vous devez être conscient du fait que ces données peuvent y être moins bien protégées. S'il s'agit de vos propres données, vous êtes évidemment libre de les transmettre malgré tout. Cependant, avant d'envoyer vers un autre pays des données concernant d'autres personnes, informez-vous, par exemple auprès de vos autorités, sur la possibilité de procéder à ce transfert²². Le cas échéant, vous devrez demander à la personne qui reçoit les données de prendre les garanties²³ nécessaires pour assurer la protection des données.

III. Pour les fournisseurs de services d'internet

1. Utilisez les procédures appropriées et les technologies disponibles, de préférence celles faisant l'objet d'une certification, garantissant la vie privée des personnes concernées (même si elles ne sont pas utilisatrices d'internet) et notamment l'intégrité et la confidentialité des données ainsi que la sécurité physique et logique du réseau et des services fournis sur le réseau.
2. Informez les utilisateurs des risques que l'utilisation d'internet fait courir à la vie privée, avant qu'ils ne souscrivent ou commencent à utiliser des services. Il peut s'agir de risques concernant l'intégrité des données, leur confidentialité, la sécurité du réseau ou d'autres risques liés à la vie privée, tels que la collecte ou l'enregistrement de données effectués à leur insu.
3. Informez l'utilisateur des moyens techniques qu'il peut utiliser licitement pour diminuer les risques concernant la sécurité des données et des communications, tels que le cryptage et les signatures électroniques légalement disponibles. Proposez ces moyens techniques à un prix orienté par les coûts et non dissuasif.
4. Avant d'accepter des abonnements et de connecter des utilisateurs à internet, informez ces derniers des moyens d'y accéder, d'utiliser ses services et de les payer anonymement (par cartes d'accès prépayées par exemple). L'anonymat absolu peut ne pas être approprié en raison de contraintes légales. Dans ce cas, si la loi l'autorise, offrez la possibilité d'utiliser des pseudonymes. Informez les utilisateurs de l'existence de programmes permettant d'effectuer des recherches et de naviguer anonymement sur internet. Concevez votre système d'une manière qui évite ou réduise au minimum l'utilisation de données.
5. Ne lisez pas, ne modifiez pas et ne supprimez pas les messages envoyés à d'autres.
6. Ne permettez aucune ingérence dans le contenu des communications, sauf si cette ingérence est prévue par la loi et est effectuée par une autorité publique.
7. Ne collectez, traitez et conservez des données sur les utilisateurs que lorsque cela est nécessaire pour des finalités explicites, déterminées et légitimes.
8. Ne communiquez pas de données à des tiers, sauf si la communication est prévue par la loi²⁴.
9. Ne conservez pas de données pour une période plus longue que ce qui est nécessaire pour atteindre le but du traitement²⁵.
10. N'utilisez des données aux fins de promouvoir ou de commercialiser vos propres services que si la personne, après avoir été informée, n'y a pas mis d'objection ou si, en cas de traitement de données de trafic ou de données sensibles, elle y a consenti explicitement.
11. Vous êtes responsable de la bonne utilisation des données. Sur votre page de bienvenue, affirmez par une indication claire et visible votre politique en matière de vie privée. Cette indication devrait permettre, par un « hyper lien », d'accéder à une explication détaillée de vos pratiques en matière de vie privée. Avant que l'utilisateur ne commence à utiliser des services, lorsqu'il visite votre site et chaque fois qu'il en fait la demande, informez-le de votre identité, des données que vous collectez, traitez et conservez, de quelle manière, pour quelles

²⁰ Par exemple en utilisant des kiosques Internet publics ou des cartes d'accès prépayées et des cartes de paiement.

²¹ Les lois de protection des données, à l'instar de l'article 5 de la Convention sur la protection des personnes à l'égard du traitement automatisé des données à caractère personnel, du Conseil de l'Europe, rendent celui qui les traite responsable de l'exactitude et de la mise à jour des données.

²² La législation de nombreux pays en Europe interdit les transferts vers les pays n'ayant pas un niveau de protection des données adéquat ou équivalent à celui de votre pays. Des exceptions sont toutefois prévues, notamment si la personne concernée a consenti à ce que ses données soient transmises vers de tels pays.

²³ Ces garanties peuvent être développées et/ou présentées, notamment dans le contrat régissant le flux transfrontière de données.

²⁴ Généralement, les lois en matière de protection des données permettent sous diverses conditions la communication à des tiers, notamment:

- de données sensibles et de données de trafic, à condition que la personne concernée y ait explicitement consenti;
- d'autres données lorsque la communication est nécessaire pour atteindre la finalité légitime poursuivie ou lorsque la personne concernée, après avoir été informée, ne s'y est pas opposée.

²⁵ Par exemple, ne conservez pas des données de facturation, à moins que cela ne soit prévu par la loi.

finalités et pour quelle durée vous les conservez. Au besoin, demandez-lui son consentement. A la demande de la personne concernée, rectifiez sans attendre les données inexactes, effacez-les si elles sont excessives, si elles ne sont pas mises à jour ou si elles ne sont plus nécessaires, et arrêtez le traitement des données si l'utilisateur s'y oppose. Notifiez aux tiers auxquels vous avez communiqué les données toute modification. Évitez toute collecte de données effectuée à l'insu de l'intéressé.

12. L'information fournie à l'utilisateur doit être exacte et mise à jour.

13. Réfléchissez à deux fois avant de publier des données sur votre site ! Une telle publication pourrait porter atteinte à la vie privée d'autres personnes et pourrait aussi être interdite par la loi.

14. Avant d'envoyer des données à destination d'un autre pays, informez-vous, par exemple auprès de vos autorités, sur la possibilité de procéder à ce transfert²⁶. Le cas échéant, vous devrez demander à la personne qui reçoit les données de prendre les garanties²⁷ nécessaires pour assurer la protection des données.

IV. Clarifications et recours

1. Lorsque, dans ce texte, les termes "fournisseur" ou "prestataire de service" sont utilisés, ils s'appliquent également, le cas échéant, aux autres acteurs d'internet tels que les fournisseurs d'accès, de contenu, de réseau, les concepteurs de logiciels de navigation, les coordinateurs de forums ou d'« info-kiosques », etc.

2. Il est important de vous assurer du respect de vos droits. Les mécanismes de feedback offerts par des forums d'internet, les associations de fournisseurs de services d'internet, les autorités de protection des données ou autres instances sont des moyens importants pour assurer le respect de ces lignes directrices. Contactez-les si vous avez besoin de clarifications ou de recours.

3. Ces lignes directrices s'appliquent à tout type d'"inforoute".

²⁶ Voir note 6.

²⁷ Voir note 7.

***ANNEXE 5 : Charte d'utilisation de la
messagerie de Renault***

Reproduction interdite sans autorisation écrite de Renault

La messagerie électronique : un outil de travail essentiel

La messagerie électronique est devenue un outil majeur de la communication quotidienne, en interne et avec l'extérieur de l'entreprise, car elle permet des échanges extrêmement faciles et rapides.

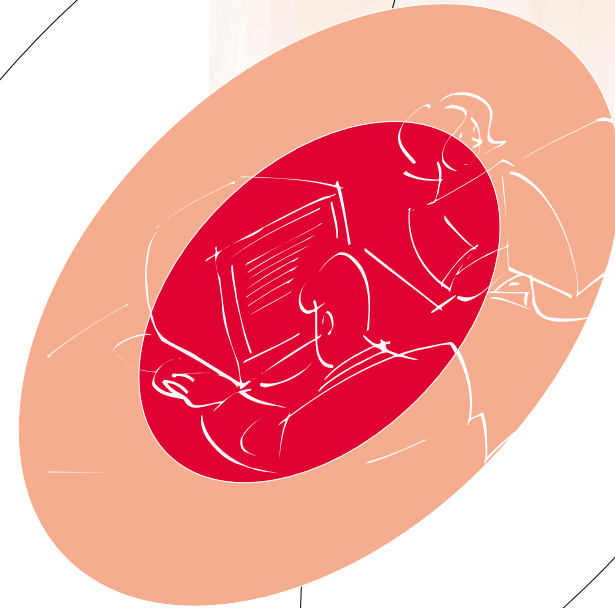
Cependant sa facilité même d'utilisation pourrait mettre en péril son fonctionnement.

Des utilisateurs se plaignent déjà du temps passé à dépouiller et à répondre à leurs messages.

Nous avons rassemblé des règles que chacun doit respecter pour :

- **rédiger** pour ses lecteurs des messages **au juste nécessaire** et de **manière claire** afin de faire gagner du temps à tout le monde.
- **maîtriser les risques sécurité** et/ou **juridiques**, notamment dans le cas d'échanges avec des tiers afin de protéger l'entreprise mais aussi chacun d'entre nous.

Communiquer efficacement
avec la messagerie électronique



Pour en savoir plus
Consulter la base :
"Règles, procédures, instructions, formulaires"
Via l'intranet Renault.



RENAULT

Émetteur : DOII – DSB (Direction des Services Bureautiques)

Approuvé par : J. Roméro

©RENAULT 1999 – Réf. : 12140-00-002 – Version 1 – Date application : Janvier 2000

Document interne réservé au personnel Renault – MCAV



RENAULT

RÈGLES DE BON USAGE

Suis-je un bon émetteur ?



1 Vérifiez que la messagerie électronique est le moyen de communication le plus approprié :

- Conseillé si le message est court et prioritaire
- *Déconseillé* pour échanger des documents volumineux à diffusion très large (envoi papier ou, si possible, mise à disposition, via des bases de documents partagées)

2 Rédigez en pensant à vos lecteurs des messages concis et précis :

- Donnez un titre explicite à vos messages
- Indiquez en lecture directe le thème, les objectifs et vos attentes
- Construisez un message court, aéré, et si possible, visualisable sur 1 page (si le message dépasse 2 pages, intégrez un résumé)
- Évitez les caractères accentués ou les cédilles dans les messages destinés à l'étranger
- Relisez vos messages avant de les envoyer

3 Utilisez les pièces jointes à bon escient :

- Évitez les textes courts en pièce jointe : intégrez les dans le message ! (exemple : ordre du jour de réunion)
- Limitez leur nombre (maximum recommandé: 2)
- Supprimez les logos, les images, ... qui augmentent inutilement la taille des pièces jointes
- Donnez un bref résumé de chaque pièce jointe pour que le lecteur ne l'ouvre que s'il est intéressé

4 Diffusez au juste nécessaire :

- Limitez la diffusion aux destinataires pertinents (ceux qui doivent agir)
- Évitez les mises en copie systématiques qui chargent inutilement les boîtes à lettres

5 Soyez vigilant avec l'extérieur

- N'envoyez aucun message confidentiel ou contractuel : un message électronique peut constituer une preuve ou un commencement de preuve

Suis-je un bon lecteur ?



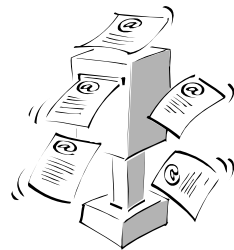
6 Consultez votre boîte à lettres au moins une fois par jour :

- Si on vous demande une réponse, envoyez-la rapidement (pensez aux décalages horaires !)

7 Rédigez une réponse efficace :

- Positionnez le texte de votre réponse en tête du message pour qu'il soit lu en priorité
- Conservez dans votre réponse l'intégralité du message initial
- Quand vous répondez, supprimez les pièces jointes si elles n'apportent rien

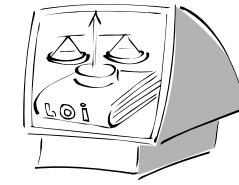
Suis-je un bon utilisateur ?



8 Gérez efficacement votre boîte aux lettres :

- Tenez à jour vos coordonnées professionnelles contenues dans l'annuaire de messagerie (API, téléphone, ...)
- Archivez, au fil de l'eau (et si nécessaire), les pièces jointes sur votre poste de travail
- Détruisez régulièrement vos messages
- Actualisez périodiquement votre carnet d'adresses et vos listes de diffusion
- Fermez votre messagerie quand vous quittez votre poste de travail
- Indiquez un message en cas d'absence (si votre messagerie le permet)

Suis-je en conformité avec les règles de l'entreprise ?



9 Appliquez les règles relatives à la sécurité

- N'ouvrez les pièces jointes reçues de l'extérieur que si vous connaissez l'émetteur du message (pour éviter les virus)
- Détruisez tous les messages de type « chaîne de solidarité »
- Bannissez les gadgets reçus ou trouvés sur internet souvent porteurs de virus (ex : cartes de voeux)
- Si vous êtes alerté de l'arrivée d'un virus, envoyez un message à : doi.sosvirus@renault.com ... ne le faites pas suivre à vos collègues !
- Cryptez les pièces jointes devant être sécurisées

10 Respectez le Code de Déontologie Renault

- Réservez la messagerie d'entreprise pour des usages professionnels
- Attachez-vous à fournir et à transmettre des données et des documents exacts et aussi précis que possible (pas de document falsifié)
- Respectez les règles de confidentialité
- Ne stockez pas, ne rediffusez pas des documents proscrits par la loi ni les documents régis par la loi (propriété industrielle, littéraire ou commerciale, copie illicite de logiciels)

ANNEXE 6 : Extraits de la nétiquette de la SNCF

Reproduction interdite sans autorisation écrite de la SNCF

NETIQUETTE

Charte d'usage de l'Internet, de l'intranet et de la messagerie de la SNCF

Règles de bon sens, de savoir-vivre à destination
de l'ensemble des utilisateurs et des
administrateurs pour une utilisation économe de
l'Inform@tique Communic@nte.

Complémentaire à la charte Intranet
(tomes 1,2 et 3)

Utilisation de la messagerie

A tout seigneur, tout honneur

La messagerie est l'outil de communication par excellence, aussi bien à l'intérieur de l'entreprise qu'à l'extérieur. Sa puissance et son intérêt la rendent indispensable aux modes de fonctionnement d'aujourd'hui. Il est donc d'autant plus important de respecter quelques règles simples pour ne pas dégrader l'intérêt de cet outil formidable.

Responsabilités

Cet outil, mis à votre disposition par l'entreprise, doit être utilisé avec discernement. C'est la responsabilité de tous et de chacun, d'en faire un bon usage en veillant à être vigilant sur ces différents points :

- **la sécurité** : ATTENTION à ne pas ouvrir des brèches dans les protections collectives mises en place, à ne pas infecter les autres avec des virus.
- **la confidentialité** : ATTENTION à ne pas diffuser, même par inadvertance, des informations confidentielles, en particulier à l'extérieur de l'entreprise.
- **la préservation de la fluidité du réseau informatique** : ATTENTION, la messagerie fait partie intégrante de l'Intranet SNCF et utilise les mêmes supports de transport d'informations. Chacun devra donc veiller à ne pas encombrer inutilement ce réseau par une utilisation irrationnelle.
- **l'image de l'entreprise** : Nous en sommes tous responsables. Comme pour tout document qui sort de l'entreprise, chacun devra s'efforcer de la préserver.

Valeur d'un message

En dehors de convention particulière, un message électronique n'a pas de valeur d'engagement contractuel, en particulier en externe.

Si un message envoyé ou reçu implique un tel engagement (commande ou devis, acceptation ou un refus, ...) il devra être confirmé.

Certes, la technologie actuelle (certification d'intégrité des messages, authentification des interlocuteurs, ...) permet de signer les messages avec un degré de confiance plus grand encore que les messages écrits. Mais pour des raisons de complexité, de coût et de temps, celle-ci n'est pas déployée en standard à la SNCF.

Votre esprit critique doit donc s'exercer sur les messages électroniques tout autant que sur les documents papier.

Confidentialité

La messagerie déployée en standard à la SNCF ne garantit pas la confidentialité du contenu des messages. Soyez donc conscient du fait qu'aujourd'hui, votre message est susceptible d'être lu par quelqu'un d'autre que votre destinataire.

Sans parler de la malveillance, une simple erreur dans le choix de l'adresse de votre destinataire, par exemple, peut le transférer dans la boîte aux lettres de quelqu'un d'autre dans l'entreprise !

Mais aussi à l'extérieur, dans les réponses aux messages reçus par un "répondre à tous" qui ne fait souvent apparaître que partiellement la liste des destinataires. Prenons un exemple : un cheminot envoie un message à cinquante autres cheminots et **une** personne extérieure. Le message porte sur une grille de tarif. Vous n'examinez pas **attentivement** la liste des destinataires, et croyant n'avoir à faire qu'à des collaborateurs, vous faites un "répondre à tous" et vous répondez "De toute façon, une augmentation générale de X % du tarif est prévue tel jour". C'est comme cela qu'une information confidentielle sort de l'entreprise !

Donc pour les messages que vous rédigez, pour les transferts de message que vous effectuez et pour les réponses que vous faites, **soyez vigilant dans la sélection de vos destinataires.**

Règles de composition d'un message

Un message est constitué de trois éléments :

- l'en-tête,
- le corps du message avec la signature,
- auxquels on peut ajouter des "pièces jointes" (fichiers Word, Excel, PowerPoint ou autres).

L'en-tête du message, le choix des destinataires et attributs du message :

Votre correspondant recevra en "en-tête" de votre message les indications suivantes, que vous aurait donc à renseigner pour certaines :

De : *Votre adresse de messagerie (renseigné automatiquement)*

Envoyé : *Date et heure de l'envoi (renseigné automatiquement)*

A : *Le ou les adresses des correspondants principaux que vous avez indiquées.*

Cc : *La ou les adresses des personnes indiquées en "copie conforme", qui ne reçoivent le message que pour information et à qui on ne demande pas d'intervenir dans l'échange, mais qui peuvent réagir. Ce champ est renseigné automatiquement par la fonction " Répondre à ... ".*

Ces deux champs sont renseignés automatiquement par la fonction " Répondre à ... ".

Cci : *La ou les adresses des personnes indiquées en "copie conforme invisible",*

Comme son nom l'indique seuls les correspondants en Cci sauront que ce message leur a été envoyés. Ceci est à employer avec précaution, vos autres correspondants pourraient se froisser d'apprendre que vous leur avez caché certains destinataires.

Objet: *Nous vous conseillons d'inscrire ici un libellé court, suffisamment explicite pour le ou les lecteurs. Ils pourront ainsi facilement déterminer l'intérêt et l'urgence à porter à votre message.*

Evitez dans cette zone les caractères accentués. Certaines messageries (en dehors de la SNCF) ne les supportent pas.

Si votre logiciel le permet, efforcez-vous de bien qualifier votre message par les attributs définissant son critère de diffusion et son importance. Ces paramètres pourront permettre à votre administrateur d'optimiser l'utilisation des ressources chères et rendront service à vos correspondants.

La charte de l'Intranet SNCF précise explicitement que la responsabilité de la publication (diffusion) d'une information appartient au créateur de celle-ci. Évitez donc de diffuser publiquement un courrier qui vous est adressé sans le consentement de l'auteur, mieux suggérez-lui de le faire lui-même.

Le corps du message et le style à utiliser dans la messagerie

C'est un texte libre.

Le ton général employé est à mi-chemin entre le langage parlé et le langage écrit. C'est réellement un nouveau style de communication. Un exemple nous ait donné par quelques usages venant du monde de l'Internet, tel les " smileys ".

Les " smileys ", binettes ou émoticons sont ces combinaisons de caractères de ponctuation qu'on lit tête penchée à gauche et qui figurent l'expression d'un visage :

“ ;-) ” signifie “ clin d’œil ”,

“ :-) ” signifie “ joie ” ou “ humour ”,

“ ;-(” signifie “ mécontentement ” ou “ tristesse ”, etc.

Ils indiquent votre ton à votre interlocuteur et apportent souvent la nuance KiVaBien à votre message. N'hésitez pas à les employer, ils sont un complément utile et agréable à votre expression écrite.

D'autres astuces sont possibles comme l'encadrement d'un mot par deux astérisques pour en souligner *l'importance* ou l'usage de majuscules pour marquer par exemple UN SENTIMENT FORT. N'abusez pas de cette dernière solution qui peut rendre le texte moins lisible.

Soignez la grammaire et l'orthographe. Même si l'usage fait que l'on supporte mieux l'approximation dans le cadre d'une messagerie, retenez cependant :

- que cet usage vient du temps où les messages étaient tapés ligne par ligne, et qu'il était difficile à l'époque de revenir sur une faute ; cette époque est révolue et vous n'avez plus cette excuse ;
- qu'il est toujours plus agréable de lire une phrase grammaticalement correcte exempte de fautes de frappe que de lire un message tapé à la va vite sans respect pour le lecteur final.

Enfin, dernier point de détail, mais qui a son importance : allez à la ligne au bout de 60 caractères maximum. Certains logiciels de messagerie n'ont pas les capacités d'un traitement de texte et il est toujours

désagréable d'avoir des mess

ages coupés en dépit du bon

sens.

Pour des messages d'une importance relative, vous n'êtes pas obligés de répondre "merci" ou "ok", sauf si c'est une façon d'accuser réception.

Signature

Elle n'est pas obligatoire puisque l'en-tête de votre message vous identifie. Il est cependant souvent correct de signer votre message.

Pour vous éviter de répéter systématiquement votre nom à la fin de chacun de vos messages vous pouvez paramétrer votre signature sur tous les logiciels de courrier électronique préconisés dans l'entreprise. Par exemple, sur Exchange et Outlook, cette fonction est accessible dans le menu "**Outils**", puis **Signature automatique**.

Dans cette signature, indiquez clairement votre identification dans l'entreprise en sachant que vous pouvez vous adresser, aussi bien à des correspondants internes, qu'externes. Par exemple, indiquer vos numéros de téléphone à 6 chiffres (interne SNCF) et à 10 chiffres pour l'extérieur. Essayez de ne pas dépasser 4 lignes, sauf conditions particulières telles qu'un futur changement d'adresse, de numéro de téléphone.

Pièces jointes

Pour la communication d'une information, privilégiez l'envoi de messages texte plutôt que de pièces jointes. Les gains en temps de lecture, de volume transmis et donc délais de transmission sont considérables. De plus, les pièces jointes peuvent faire apparaître des problèmes de compatibilité entre les différents systèmes de messagerie.

Cette option ne doit donc être utilisée que lorsque l'on veut transmettre un document électronique dans sa forme originale. Elle est toujours plus coûteuse qu'un simple copié collé de texte.

Il est important que les collaborateurs de la SNCF utilisent tout le même format de documents, afin d'éviter les allers-retours inutiles (" Est-ce que tu peux me le renvoyer en Word 6 ? ").

Les formats standards d'échange aujourd'hui utilisés à la SNCF sont les suivants² :

- Word 6.0,
- Excel 5,
- PowerPoint 4.

Cela ne vous empêche pas d'utiliser Word 97, par exemple, mais vous devez obligatoirement enregistrer au format Word 6 pour échanger des documents par la messagerie.

Dans la mesure du possible, pensez à imposer ces formats à vos fournisseurs.

Il est conseillé de réduire la taille de chaque message en limitant le nombre de pièces jointes et en comprimant ces fichiers dès que leur taille est supérieure à 500 Ko. Cette limite, indicative, est bien évidemment à diminuer si vous envoyez ce message à de multiples destinataires éloignés, et à augmenter pour un échange avec un collègue qui est hébergé sur le même serveur de messagerie. En tout état de cause, l'administrateur de votre messagerie a du mettre une limite supérieure à la taille de votre boîte aux lettres et a limité la taille maximale d'un message, mais ce sont des maximums qui ne nous dispensent pas d'un peu d'autodiscipline.

Actuellement, la taille maximale autorisée pour un message est de 5 mégaoctets.

² Charte Calife version du 1^{er} juillet

Les logiciels préconisés à la SNCF pour comprimer les fichiers sont Pkzip 2.04 et Winzip 6.3. Il faut cependant penser à envoyer des fichiers auto-extractibles si vous n'êtes pas sûr que votre correspondant possède ces outils.

Si vous souhaitez faire partager un document intéressant, plutôt que de l'envoyer de façon unilatérale à vos correspondants, signalez-leur que vous le tenez à leur disposition sur demande et seuls ceux qui sont réellement intéressés vous le demanderont. Vous pouvez également profiter du site Intranet de votre entité pour le mettre à disposition du plus grand nombre.

PS : Malgré ces précautions, un de vos correspondants externes peut parfois vous signaler que votre pièce jointe est illisible. Après avoir vérifié que cela ne provient ni de la version du logiciel de création (Word, Excel, Acrobat, ...), ni du compresseur éventuellement utilisé, vous pouvez essayer de paramétrer le format de transport de la pièce pour ce message et ce correspondant. Par exemple, Outlook propose les choix suivants dans **Propriétés** du menu **Fichier** du message :

- **Inconnu** *C'est le réglage par défaut,*
- **MIME** *Le format le plus courant*
- **UUEncode** *Ce format est parfois utilisé par les machines UNIX*
- **BINHEX** *Ce format est parfois utilisé par les machines Macintosh*

Gestion de sa propre boîte aux lettres

Vos correspondants s'attendent à ce que vous preniez connaissance des messages régulièrement. Une fois par jour est un minimum pour conserver à cet outil tout son intérêt.

Pendant vos absences de longue durée et si votre logiciel de messagerie le permet, il convient de prévenir automatiquement vos interlocuteurs ou d'utiliser le transfert automatique de vos messages vers un autre interlocuteur. Ceci évite que des messages restent sans réponse pendant plusieurs semaines.

En mode réseau, les valeurs couramment paramétrées, sur les serveurs, sont : 35 Mo pour la taille des boîtes aux lettres, avec un avertissement dès 20 Mo.

N'oubliez pas de nettoyer périodiquement votre boîte aux lettres. ATTENTION : La suppression des messages peut se faire en deux temps. C'est le cas avec Exchange ou Outlook où il faut d'abord supprimer les messages dans les boîtes : "réception" et/ou "éléments envoyés". Ceux-ci sont alors transférés dans la boîte "éléments supprimés" qu'il faut vider pour obtenir une suppression définitive. La taille d'une boîte à lettres prend en compte le volume de ces trois éléments : Messages reçus, éléments envoyés et supprimés.

Nota : C'est à l'émetteur de conserver les messages envoyés qui lui semblent importants. Les destinataires n'y sont pas tenus.

Encombrement, engorgement, respect de l’outil de travail

Certains collaborateurs reçoivent dès aujourd’hui plusieurs dizaines de messages par jour. Ce problème est caractéristique des grandes entreprises. Plus elle est importante, plus un individu reçoit de messages, et moins il les lit ! On voit tout de suite les conséquences de cette surabondance sur le traitement des messages réellement importants.

Une des raisons de cette explosion de la communication est la facilité qu’offre la messagerie dans la multiplication des destinataires. Il est très facile d’envoyer le même message à des dizaines voire à des centaines de correspondants. Il est si amusant d’envoyer ce fameux pictogramme représentant le Père Noël juste avant le 25 décembre. Ces pratiques relèvent au mieux de l’incorrection et, au pire, sont répréhensibles. Encombrer la boîte aux lettres de quelqu’un d’un message inutile est aussi nuisible pour l’entreprise, les pratiques de certains pirates informatiques n’ont parfois pas besoin d’aller plus loin. Gêner les autres utilisateurs par un usage abusif des capacités du réseau est inacceptable. Retenez donc ces quelques règles de correction :

- ◆ n’envoyer de messages qu’aux personnes **réellement concernées**;
- ◆ ne joignez pas de pièces jointes inutiles ou trop volumineuses (voir plus loin) ;
- ◆ soyez vigilant lorsque vous répondez à un message diffusé à de nombreuses personnes et utilisez avec prudence la fonction “Répondre à tous”. Un “répondre à tous” va renvoyer votre réponse à ce même grand nombre de correspondants : ceux qui n’avaient déjà pas apprécié le premier message seront carrément furieux après avoir reçu le votre !

Dans une grande entreprise on a vu récemment ce message envoyé à tous les collaborateurs par un jeune embauché naïf :

“ Essai ”

(envoyé à 6 000 personnes)

ce à quoi un autre naïf a répondu

“ Ca marche ”

(aux 6 000 même personnes).

En règle générale, aucune information propre à l’entreprise ne doit sortir de celle-ci par un moyen électronique. Soyez très attentif à ce point.

Si des listes de diffusion existent sur votre serveur de messagerie et ailleurs, utilisez-les ! Elles sont créées et contrôlées à bon escient.

NB : des contrôles, tant au niveau national que local, sur le nombre de destinataires sont possibles et mis en œuvre dans les serveurs de messagerie, mais ceux-ci ne nous dispensent pas d’une saine autodiscipline.

Protection contre les virus

▪ Virus informatiques :

La SNCF met progressivement en place des logiciels qui filtrent les virus dans les messages échangés.

Il reste cependant indispensable de disposer d'un anti-virus, filtrant les messages arrivants et sortants, sur votre poste de travail.

Pour plus d'informations et en cas de doute, consultez votre correspondant informatique.

▪ Virus informationnels “ pipo ” (nuisances informationnelles, en anglais HOAX) :

Un message vous enjoignant de le transférer à toutes vos connaissances, par exemple pour les avertir d'un soi-disant virus, est souvent un message pernicieux. C'est en fait lui-même le virus, un nouveau type de virus qu'on appelle "virus informationnel" qui va saturer le réseau. Ces virus sont aussi appelés virus “ pipo ” ou “ hoax ” en anglais, par exemple “ Win a holiday ”.

Donc ne jamais transmettre ce genre d'information à vos connaissances, **mais, comme chaque fois que vous avez un doute, prévenez votre support technique..**

Usage professionnel de la messagerie

La messagerie est un outil de travail mis en place par l'entreprise à l'usage de ces collaborateurs pour répondre à des besoins professionnels. Respectez son objet !

La SNCF se réserve le droit de faire examiner les messages par des processus automatiques chargés d'éliminer les virus qui pourraient contaminer l'entreprise.

Les forums de discussion

Utilisation des forums intranets

Les forums offrent des espaces propres à **la discussion**. Cette passion si ancrée dans la culture nationale trouve ici un support adapté. C'est donc des idées qu'on échange sur ces forums, et non pas des logiciels ou des fichiers.

Libérez la discussion !

L'intérêt majeur des forums réside dans la liberté d'expression qu'ils offrent à chacun. Sans aller jusqu'à l'anonymat, ils garantissent la libre circulation des idées. C'est un espace de créativité.

Pour chaque forum, une charte d'utilisation doit être rédigée par son promoteur, qui précise notamment, le "vrai sujet" du forum.

Tous les forums de discussion SNCF sont de type "Forums modérés". En ce sens, ils sont pilotés par un "animateur" appelé aussi "modérateur". Cet animateur a une mission de "filtre" par rapport au sujet traité, non sur le fond de l'idée émise mais sur le fait qu'elle est bien en relation avec le sujet. Son rôle est de rejeter les propositions hors sujet et de mettre toutes les autres à disposition de tous.

On distingue deux types de forums :

- les forums d'intérêt général ouverts à tous les cheminots,
- les forums professionnels, dits aussi "métiers", ouverts sur des sujets assez techniques et réservés à une population bien définie.

Pour chacun des forums, une charte d'utilisation a été rédigée par son promoteur, dont l'objet est notamment de préciser le vrai sujet du forum.

Intervention sur un forum

En conséquence, les interventions sur un forum, qu'il soit intranet ou Internet, ne doivent pas être faites "es qualité". Vous devez donc signer vos messages sur les forums en utilisant la formule suivante, sans préciser votre service ou votre direction :

Nom.Prénom

“ Les opinions formulées dans ce message n'engagent que l'auteur ”

Souvenez-vous aussi, lorsque vous intervenez sur un forum, que la loi interdit :

- les provocations aux crimes et délits ;
- la publication délibérée de fausses nouvelles ;
- la diffamation et l'injure ;
- l'atteinte aux droits de la défense ;
- l'incitation au suicide ;
- la diffusion au public d'enregistrement de paroles d'un tiers prononcées à titre privé ou de l'enregistrement de l'image d'une personne dans un lieu privé sans son consentement ;
- la diffusion de l'image d'un mineur lorsque cette image présente un caractère pornographique ;
- la diffusion de messages à caractère violent, pornographique susceptibles d'être vu par un mineur ou encore de nature à porter gravement atteinte à la dignité humaine.

Notez également, lorsque vous intervenez sur un forum Internet, que le code du travail vous impose :

- un devoir de réserve ;
- un confidentialité sur certaines informations ;
- de ne pas nuire ou dénigrer votre entreprise.

Règles de courtoisie

N'intervenez pas, dans un forum, uniquement pour faire remarquer publiquement à un utilisateur qu'il ne respecte pas les usages ou qu'il fait des fautes d'orthographe. Si vous souhaitez réagir, faites-le en vous adressant directement à la personne grâce à votre messagerie.

En règle générale, ne critiquez pas les autres mais apportez des remarques constructives. N'humiliez pas les autres participants.

N'écrivez pas sous l'emprise de la colère ou sous l'influence de substances susceptibles d'altérer votre jugement ...

Beaucoup de forums sont compléter par une liste des questions les plus fréquemment posées. Avant de poser votre question, lisez donc le contenu du forum et essayez de consulter cette liste. Elle s'appelle : "FAQ", pour Foire Aux Questions. Vous y trouverez peut-être déjà la réponse !

Si vous souhaitez faire un test, utilisez pour cela les forums prévus à cet effet.